

НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ

Руководство по использованию фирменного стиля

Оглавление

1. Основные принципы	5	2. Фирменный блок	1)	3. Типографика	&
1.1 Введение	5	2.1 Охранное поле и минимальный размер. . . .	17	3.1 Введение	20
1.2 Идеология	6	2.2 Саб-бренды	18	3.2 Корпоративный шрифт.	21
1.3 Как пользоваться данным Руководством . . .	9			3.3 Применение	22
1.4 Глоссарий	10			3.4 Системный шрифт	23
1.5 Система файлов	12			3.5 Применение	24
1.6 Контакты.	13			3.6 Правила набора текста.	25

4. Цветовая палитра ' +

4.1	Введение	27
4.2	Цветовые системы	30
4.3	Цвета фирменного блока	31
4.4	Цветовая система «День»	32
4.5	Цветовая система «Ночь»	35
4.6	Цветовая система «Бизнес»	38
4.7	Неправильное применение цветов.	39

5. Иллюстрации 4%

5.1	Введение	41
5.2	Конструкция	42
5.3	Цвета	43
5.4	Неправильное применение.	44

6. Стиль изображений) *

6.1	Введение	46
6.2	Фотостиль «День»	47
6.3	Неправильное применение	48
6.4	Фотостиль «Ночь»	49
6.5	Неправильное применение	50
6.6	Фотостиль «Бизнес»	51
6.7	Неправильное применение	52
6.8	Инструмент для теста	53

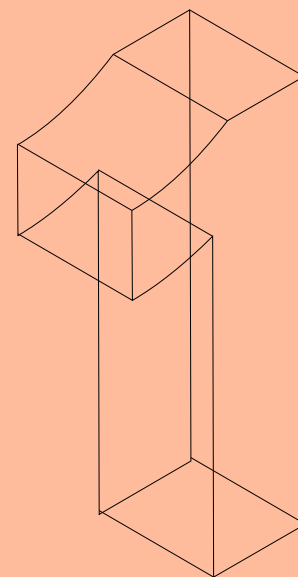
7. Дизайн-система макетов. *)

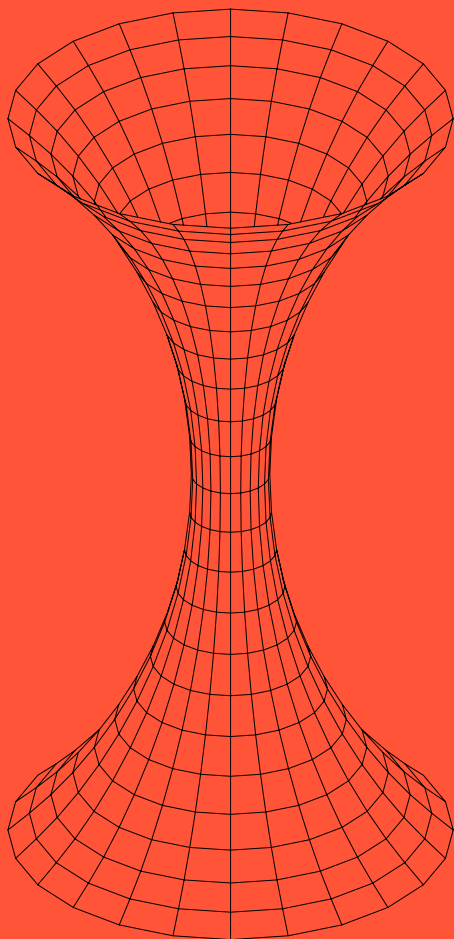
7.1	Обзор	55
7.2	Сетка макетов	56
7.3	Дизайн-элементы.	60
7.4	Неправильное применение.	69

8. Носители фирменного стиля 7%

8.1	Сити-лайт	71
8.2	Билборд	73
8.3	Плакат	78
8.4	Ролл-ап	80
8.5	Оформление страницы в Facebook	81
8.6	Заставка (ТВ)	82
8.7	Презентация	83
8.8	Обложка буклета (А4 вертикальная)	85
8.9	Брошюра	86
8.10	Бейдж	87
8.11	Шнурок для бейджа	88
8.12	Визитка.	89
8.13	Бланк.	90
8.14	Папка.	91
8.15	Блокнот	92
8.16	Ручка	93
8.17	Тканевая сумка.	95
8.18	Кружка.	96
8.19	Футболка	97
8.20	Пин	98
8.21	USB накопитель	99
8.22	Пресс-вол.	100
8.23	Флаг	102

Основные принципы





Визуальный стиль Нижегородской области является графической составляющей ее территориального бренда. Он отражает Идеологию бренда Нижегородской области, нижегородский архетип и коммуникационную модель. Любая визуальная коммуникация бренда Нижегородской области должна следовать настоящему Руководству по применению визуального стиля Нижегородской области (далее — Руководство).

Только последовательное и точное применение Руководства позволит создать единое и хорошо узнаваемое присутствие бренда Нижегородской области с отличительным дизайном и индивидуальностью, передающее его характер, ценности и смыслы.

Стратегия и идентичность бренда

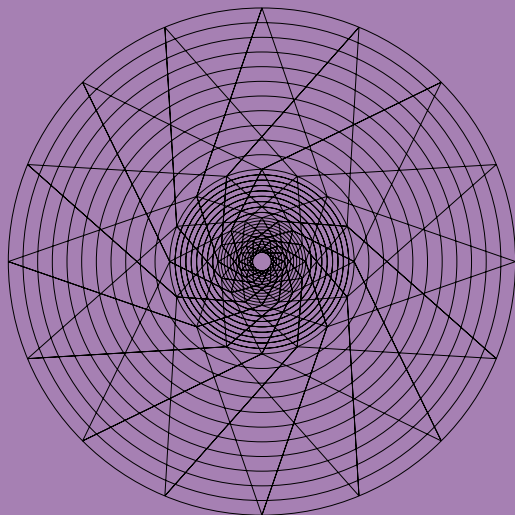
В ходе полевых и кабинетных исследований был выявлен глубинный архетип Нижегородской области, органически сочетающий в себе темы старообрядчества и религиозных исканий, индивидуальной инициативы купцов и умельцев, народных промыслов и современной промышленности, достижений науки, техники и интеллектуального потенциала

Территориальный архетип, связывающий дореволюционное прошлое, советский период и современность, во главу угла ставит идею о личном дерзновении, способном силой вдохновенной мысли освободить человека от угнетения и несправедливости, плена прошлого, греховности, гравитации, пространства и времени, тьмы и инерции материи.

Этот единый архетип освобождающей мысли, соединяющий разум и веру в порыве вдохновения, исторически воплотился в великих нижегородцах, среди которых Минин и Пожарский, Никон и Аввакум, Строганов и Кулибин, Шухов и Попов, Горький и Добролюбов, Лобачевский и Сеченов, Африкантов и Алексеев, Нестеров и Чкалов.

Сегодня этот архетип проявляет себя в передовых научно-технических школах Нижегородской области, в ее наукоемкой промышленности, в стремлении нижегородцев опереться на свою недюжую смекалку для создания новых изобретений, технологий и бизнес-моделей, которые бросают вызов статусу кво и силой освобожденной мысли преодолевают любые преграды и ограничения.

Описание нижегородского архетипа



Ускорение мысли в будущее, стремление выйти за пределы и достигнуть Абсолюта.

На острие прогресса;
мечты, уносящие ввысь.

Новатор, вечный двигатель непре-
кращающихся перемен, точка сборки,
где осуществляется **квантовый скачок**
в новое измерение.

Творец, сквозь которого с высот
льётся поток вдохновения, словно
небесный свет.

Мечтатель, растворенный в будущем
всего человечества, желающий
исправить мир.

Интуиция и **прозорливость**, скользя-
щие **вперед** **потока времени.**

Мысль как электрическая энергия,
излучаемая голубым небосводом;
каскад откровений, отделяющий свет
разума от тьмы неведения.

Прометей, «опережающий мысль»,
пробудитель новых идей и открытий,
благодаря которым люди высво-
бождаются из плена неведения и
начинают **сознательно творить свой**
путь.

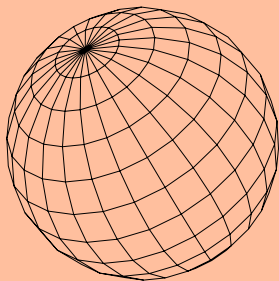
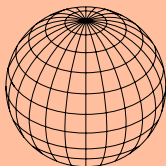
Свобода, свет ясного неба, безгра-
ничность мысли и необузданность
владыки-ветра.

Кванты идей, опережающие
скорость света.

Свежий воздух обновления, возвеща-
ющий людям о **надежде и радости.**

Ученый и изобретатель, исследова-
тель и первооткрыватель, гений и
вундеркинд, экспериментатор, откры-
вающий новые направления в науке.

Коммуникационная модель бренда



Содержание:

- смекалка
- свобода мысли
- дерзновенная мысль
- интеллектуальность
- изобретения и озарения
- народность/демократичность
- новаторские проекты и технологии
- конкурентоспособность
- инвестиции и экспорт
- наукоемкое производство
- промышленный дизайн
- промышленный туризм
- программирование и ИТ
- виртуальная реальность
- научная фантастика
- сценарии будущего

Символы:

- горизонт
- небо и облака
- лиловый цвет
- неоновно-голубой цвет
- фосфорисцирующий оранжевый
- люминисценция
- лучи и бексонечность
- перспектива и запредельное
- ветер, потоки воздуха
- птицы, крылья и скорость
- электрический разряд, молния
- геометрическая прогрессия
- экспонента и радиус
- спектр, призма
- радуга как мост
- древо сценариев
- антенна

Тональность:

- мечтательный
- глубокий
- честный
- предприимчивый
- серьезный
- вдумчивый
- свободолюбивый
- правдолюбивый
- сдержанный
- добрый

Идея:

За пределами возможного
Thinking the Unthinkable

Структура

Руководство разработано для всех средств визуальной коммуникации. Разделы «Основные принципы» и «Базовые элементы» описывают принципы использования базовых элементов идентификации. Отдельные разделы и приложения разработаны для наиболее общих и часто встречающихся сфер применения, таких как деловая документация, печатные материалы, рекламные материалы, электронные носители и пр.

Руководство по применению фирменного стиля

1. Основные принципы
2. Фирменный блок
3. Типографика
4. Фирменные цвета
5. Фотостиль
6. Дизайн система
7. Носители фирменного стиля

Руководство доступно в формате PDF (A4).

Оно содержит всю необходимую информацию и инструкции по использованию. Макеты доступны в цифровом формате.

Основные принципы

Основные принципы кратко описывают ключевые основы бренда Нижегородской области: платформу, архитектуру и дизайн-концепцию. Кроме того, в данном разделе приведен краткий глоссарий для удобства пользования.

Основные элементы

Этот раздел описывает общее использование и применение элементов визуальной идентификации, если они не определены отдельно в качестве исключений. Положения раздела определяют форму и спецификацию основных элементов и описывают возможные форматы, цвета, шрифты, масштабирование, охранные зоны и т.д., а также показывают варианты, которых стоит избегать.

Стиль фотоизображений

Данный раздел разработан с целью обеспечения целостности всех носителей Бренда Нижегородской области, на которых используются фотографии. Его использование позволяет создать собственный уникальный визуальный образ бренда Нижегородской области.

В разделе описаны правила создания и подбора фотоизображений.

Разделы, посвященные применению

Наиболее общие сферы применения фирменного стиля, такие как: деловая документация, печатная продукция, рекламные материалы — выделены в соответствующие разделы и подробно описаны. Это сделано с целью избежать субъективной интерпретации Руководства в части использования базовых элементов и обеспечить единообразие в применении.

А**Англоязычное написание**

Вариант написания шрифта или дескриптора на языках, использующих латинский алфавит.

Б**Базовая линия**

Воображаемая горизонтальная линия, по которой выравниваются нижние линии прямоугольных строчных и прописных букв и знаков.

Брошюра

Любое издание в обложке свыше 4 полос, сброшюрованное тем или иным способом.

Буклет

Листовое издание, сфальцованное (сложенное) в неразрезанную тетрадь.

В**Вводный текст**

Вступительный текст к статье или иному материалу.

Вербальный дескриптор

Русскоязычная или англоязычная подпись, используемая совместно с логотипом Нижегородской области в строго определенных случаях.

Висячая строка

Начальная абзацная строка, расположенная в конце полосы, или концевая строка абзаца, расположенная в начале следующей полосы издания.

Выключка

Выравнивание набираемой строки по левой или правой вертикальной границе полосы.

Г**Гарнитура**

Шрифты одного семейства, но разного начертания. Например, нормальный, курсив, полужирный и т.д.

З**Знак**

Комбинация логотипа Нижегородской области и визуального дескриптора.

И**Интерлиньяж**

Расстояние между строками. Измеряется в пунктах (pt).

К**Корпоративные цвета**

Набор основных и дополнительных цветов, используемых в фирменном стиле.

Колонцифра

Порядковый цифровой номер страницы издания.

Колонтитул

Справочная строка над текстом страницы, указывающая на ее содержание или на содержание всего издания.

Л**Логотип**

Особое шрифтовое написание названия бренда (Нижегородской области). В большинстве случаев используется самостоятельно (без дескрипторов).

М**Модульная сетка**

Представляет собой совокупность горизонтальных и вертикальных линий, делящих полосу набора на прямоугольники с определенным соотношением ширины и высоты.

Маргиналия

Примечание, изображение или заголовок, размещенные на наружном или на внутреннем боковом поле страницы издания вне полосы набора.

Многоколонная верстка

Верстка полос в две и более колонки.

Н**Навылет**

Способ расположения элементов дизайна на макете без отступа от края страницы.

Навылет верстка

Верстка иллюстраций, при которой иллюстрация занимает всю площадь страницы или ее часть, выходя за обрезы, либо за один из обрезов.

Начертание шрифта

Графическая разновидность шрифта в пределах одной гарнитуры. Различается: по пропорциям знаков – нормальное (Regular), широкое (Extended); по наклону – курсивное (Oblique); по насыщенности – светлое (Light), жирное (Bold).

О**Основные цвета**

Ограниченная палитра цветов, используемая для ключевых элементов идентификации, таких, как логотип Випсервис или основной фон, текст.

Основная версия логотипа

Цветная версия логотипа на белом фоне.

Отбивка

Пробел между наборными элементами или между ними и другими элементами полосы.

Охранная зона

Минимально допустимая зона вокруг логотипа, свободная от других графических элементов.

П

Печатное поле

Область на формате, занимаемая текстом.

Поле

Расстояние от края страницы до печатного поля.

Пункт (pt)

Единица длины, равная 0,35 мм. Используется для измерения кегля шрифта, интерлиньяжа.

Полоса

Запечатанная площадь страницы любого издания.

Полоса концевая

Последняя страница издания, главы, раздела или отдельной статьи.

Плашка

Сплошное или частичное покрытие печатной краской поверхности запечатываемого материала.

Р

Разворот

Две соседние страницы раскрытого издания: левая и правая.

Руководство по применению фирменного стиля

Инструкция, включающая в себя набор цветовых, графических, словесных, типографических, постоянных дизайнерских элементов (констант фирменного стиля), обеспечивающих визуальное и смысловое единство всей исходящей информации.

Русскоязычное написание

Вариант написания шрифта или логотипа бренда Нижегородской области на русском языке.

С

Стилеобразующий элемент

Графический элемент, строящийся по определенным принципам.

Т

Трекинг

Пропорциональное изменение всех межсловных и межбуквенных расстояний в слове, строке, абзаце или всем тексте.

Ш

Шрифт

Набор символов алфавита, характеризующихся одинаковым характером рисунка, формой (прямой, курсивный), насыщенностью (светлый, полужирный, жирный), размером.

Шмуцтитул

Элемент издания, представляющий собой отдельный лист (разворот) или первую страницу части или главы. Содержит ее название, иллюстрации.

Ф

Формат издания

Размер готового печатного изделия после обрезки с трех сторон в обложке.

Э

Элементы дизайна

Все объекты дизайна (логотип Нижегородской области, корпоративные цвета и т.д.).

С

СМУК

(Cyan, Magenta, Yellow, Black — голубой, пурпурный, желтый, черный) стандартная цветовая модель, используемая в офсетной печати для полноцветных изображений.

Р

Pantone

Система кодирования цветов для печати смесевыми красками (по названию компании-производителя красок для полиграфической печати).

Р

RAL

Цветовой стандарт, разработанный специально для лакокрасочной продукции.

RGB

(Red, Green, Blue — красный, зеленый, голубой) цветовая модель, используемая для передачи изображений на дисплеях и мониторах.

Имя Бренда	Содержание	Цветовая версия	Цветовой режим	Разрешение	Формат
NNO	<div>_LG = logo</div> <div>_IL = illustration</div> <div>_GR = gradient</div>	<div>-D = day</div> <div>-N = night</div> <div>_POS = positive</div> <div>_NEG = negative</div>	<div>_CMYK = CMYK</div> <div>_RGB = RGB</div>	<div>300 = 300 dpi</div> <div>72 = dpi</div>	<div>.pdf</div> <div>.png</div> <div>.jpg</div> <div>.tiff</div>

Примеры

NNO_LG_POS_RGB_72.png

NNO_il_RGB.eps

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ



Все вопросы, касающиеся правил применения настоящего Руководства, Вы можете адресовать сотрудникам Департамента маркетинга и дизайна.

Name Surname

Position

+000 123 456 789
name.surname@nizny.ru

Name Surname

Position

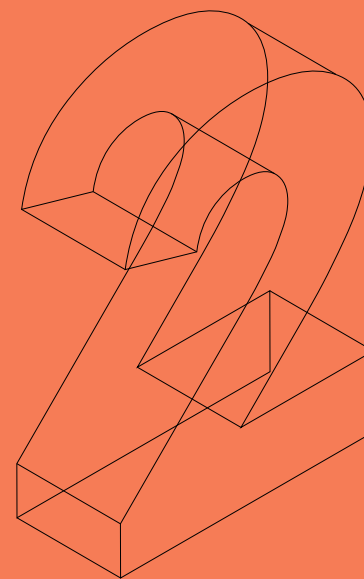
+000 123 456 789
name.surname@nizny.ru

Name Surname

Position

+000 123 456 789
name.surname@nizny.ru

Фирменный блок



**НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ**

2. Фирменный блок

Фирменный блок является графической константой бренда и его использование обязательно во всех коммуникациях Бренда. Для сохранения целостности фирменного стиля не рекомендуется

нарушать конструкцию и пропорции элементов блока.

В зависимости от ситуации предусмотрены следующие варианты использования:

шрифтовая версия – для брендинга носителей в сферах туризма и инвестиций, версия с полным воспроизведением герба предусмотрена в качестве дополнительной (для официальных событий, где это необходимо).

**НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ**



**НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ**

2. Фирменный блок

2.1 Охранное поле и минимальный размер

Охранное поле

Соотношение элементов блока, пространство между ними и схема их расположения являются константой и в равной степени работают на узнаваемость бренда.

Охранное поле определяет минимально допустимое расстояние от корпоративного знака до других графических или текстовых элементов макета.

Не допускается размещение графических или текстовых элементов внутри охранного поля.

**НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ**



**НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ**

2. Фирменный блок
2.2 **Саб-бренды**

Каждый город Нижегородской области может создать саб-бренд на основе Логотипа.

В этом случае название города должно занимать основную позицию, а логотип должен быть размещен на нижнем уровне.

Название города нужно писать жирным шрифтом, для логотипа следует использовать более светлый шрифт.



АРЗАМАС
НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ



ЧКАЛОВСК
НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ

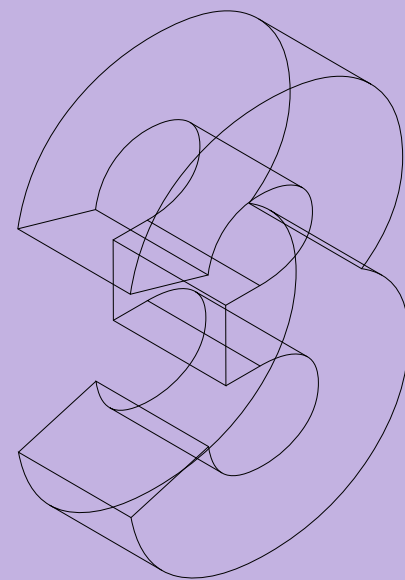


САБ-БРЕНД
НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ

Gramatika
Black

Gramatika
Light

Типографика



Аа Бб Вв Гг Дд

Съешь ещё этих мягких французских
булок, да выпей же чаю.

The quick brown fox jumped
over the lazy dog

3. Типографика
3.2 Корпоративный шрифт

Фирменный шрифт Бренда: Gramatika.
Все материалы должны создаваться
с использованием Gramatika в каче-
стве единственного шрифта.

Для использования в коммуникациях
применяются четыре начертания
шрифта — Black, Light, Medium и Bold.

Использование других шрифтов
с логотипом Бренда не допускается.

Gramatika Black

**АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789**

Gramatika Bold

**АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789**

Gramatika Medium

**АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789**

Gramatika Light

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789

1 Gramatika Medium

Стройный полет мысли

2 Gramatika Medium

Лорем ипсум долор

3 Gramatika Light

Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентентиае,
еи стет поссим елаборарет сит, меи
децоре лаборе цорпора ид. Фацете
омниум сцрипсерит.

Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентентиае,
еи стет поссим елаборарет сит, меи
децоре лаборе цорпора ид. Фацете
омниум сцрипсерит.

4 Gramatika Light Italic

5 Gramatika Bold

*Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентентиае,
еи стет поссим елаборарет сит, меи
децоре лаборе цорпора ид. Фацете
омниум сцрипсерит.*

**Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентентиае,
еи стет поссим елаборарет сит, меи
децоре лаборе цорпора ид. Фацете
омниум сцрипсерит.**

ЗА ПРЕДЕЛАМИ ВОЗМОЖНОГО

3. Типографика
3.4 Системный шрифт

При создании рекламных материалов необходимо использовать шрифт Gramatika

В тех случаях, когда использование шрифта Gramatika невозможно по техническим причинам (например, устройство с ограниченным

количеством шрифтов или низкой мощностью печати), рекомендуется использование шрифта Arial

Arial Bold

**АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789**

Arial Regular

АаБбВвГгДдЕеЁёЖжЗзИиЙйКкЛлМмНнОоПп
РрСсТтУуФфХхЦцЧчШшЩщЪъЫыЬьЭэЮюЯя
0123456789

1 Arial Bold

Стройный полет мысли

2 Arial Bold

Лорем ипсум долор

3 Arial Regular

Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентентиае,
еи стет поссим елаборарет сит, меи
децоре лаборе цорпора ид. Фацете
омниум сцрипсерит.

Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентентиае,
еи стет поссим елаборарет сит, меи
децоре лаборе цорпора ид. Фацете
омниум сцрипсерит.

4 Arial Italic

5 Arial Bold

*Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентенти-
ае, еи стет поссим елаборарет
сит, меи децоре лаборе цорпора
ид. Фацете омниум сцрипсерит.*

**Лорем ипсум долор сит амет, при
ид нострум деленити сентентиае,
еи стет поссим елаборарет сит, меи
децоре лаборе цорпора ид. Фацете
омниум сцрипсерит.**

ЗА ПРЕДЕЛАМИ ВОЗМОЖНОГО

Выравнивание текста

Важно, чтобы визуально текст был однородным и плотным. Поэтому рекомендуется верстать текст с выравниванием по левому краю (align left). В случае большого объема текста возможно выравнивание по ширине формата (justify with last line alignet left). Выравнивание по правому краю (align right) рекомендуется в случае, если есть изображение с правой стороны.

Правильно:

|<

Vel dolorem iuscing feugiam conullamet. Quai euguer am, con henibh eugait ver henisi. Wisci blaorpe riustie mod duis estrud.

>|

Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus metus dolor dolor.



Неправильно:

>|<

Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus metus dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu, wisi sodal amet elit luctus quam.

>|

Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus metus dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu, wisi sodal amet elit luctus quam integer.

Перенос слов

На строчке не могут остаться: инициалы, предлоги, цифры года, цифры без обозначения системы измерения. На строчке может остаться длинное тире.

Правильно:

Lorem ipsum —
dolor sit amet.

Неправильно:

Lorem ipsum
— dolor sit amet.

Абзац

Начало абзаца или новая смысловая группа всегда отбиваются пробелом между строк либо абзацным отступом. В случае использования абзацного отступа, первая строка текстового блока отступом не выделяется.

Вариант 1

Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus metus dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu, wisi sodal amet elit luctus quam.

¶





Eleifend libero volutpat iaculis orci. Mollis quam eros, sed irure in quis curae risus, turpis.

Вариант 2

Lorem ipsum dolor sit amet, fusce vel lacus metus dolor dolor. Interdum ipsum sociosqu.

Eleifend libero volutpat iaculis orci. Mollis sed irure in quis curae risus, turpis.

Дефис, минус и тире

- Дефис
- Минус / короткое тире  Alt + 0150  Alt + -
- Тире  Alt + 0151  Alt + Shift + -

Дефис (hyphen) употребляется в словах и словосочетаниях русского языка:

- для присоединения частиц (кто-либо, где-то);
- для присоединения префиксов (по-русски);
- для разделения сложных слов (иссиня-черный);
- в качестве знака сокращения (физ-ра);
- в словосочетаниях (интернет-кафе);
- в качестве знака переноса и т. д.

Дефис не отбивается пробелами от соединяемых частей.

Знак минуса или короткое тире (en-dash) употребляется в математических формулах (5+1–2=4).

Знак тире употребляется:

- для связи слов в предложении (А она — возьми да и поставь знак полустрогого.);
- для выделения прямой речи (— Я согласна с тобой. — отчеканила Селезнева).

Кавычки

В русских текстах используются «елочки»

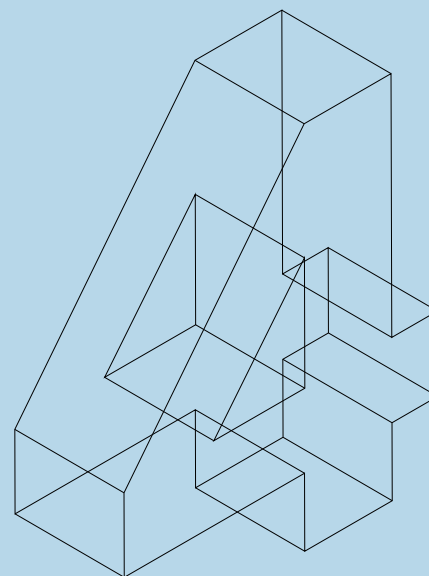
 Alt + 0147 /  Alt + 0148  Alt + \ /  Shift +  Alt + \

“Лапки” используются в текстах на английском и «в случаях “цитата в цитате”»

 Alt + 0147 /  Alt + 0148  Alt + [/  Shift +  Alt + [

Ни в коем случае нельзя использовать знаки дюйма: “...”

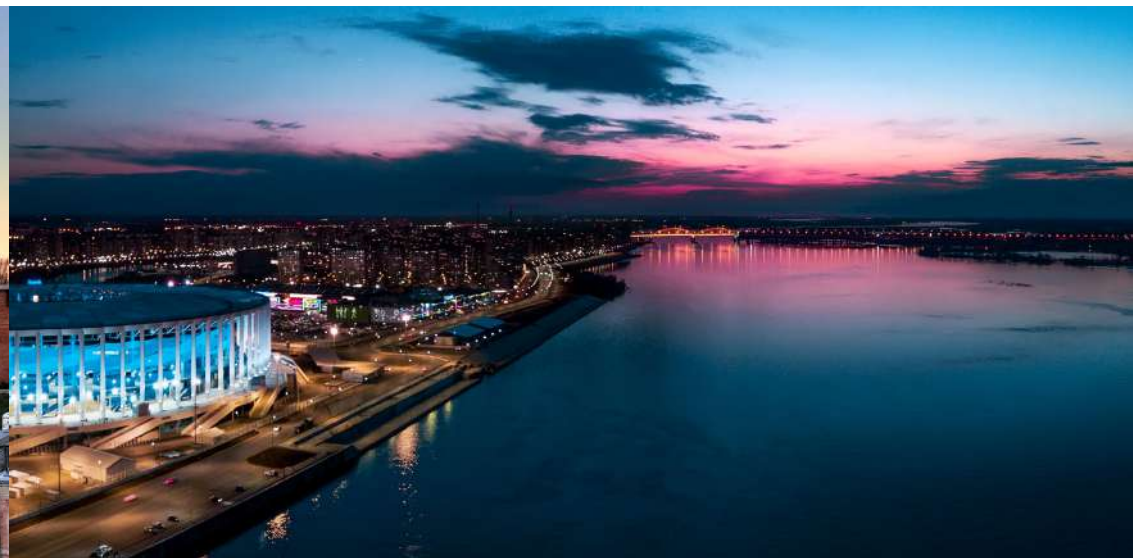
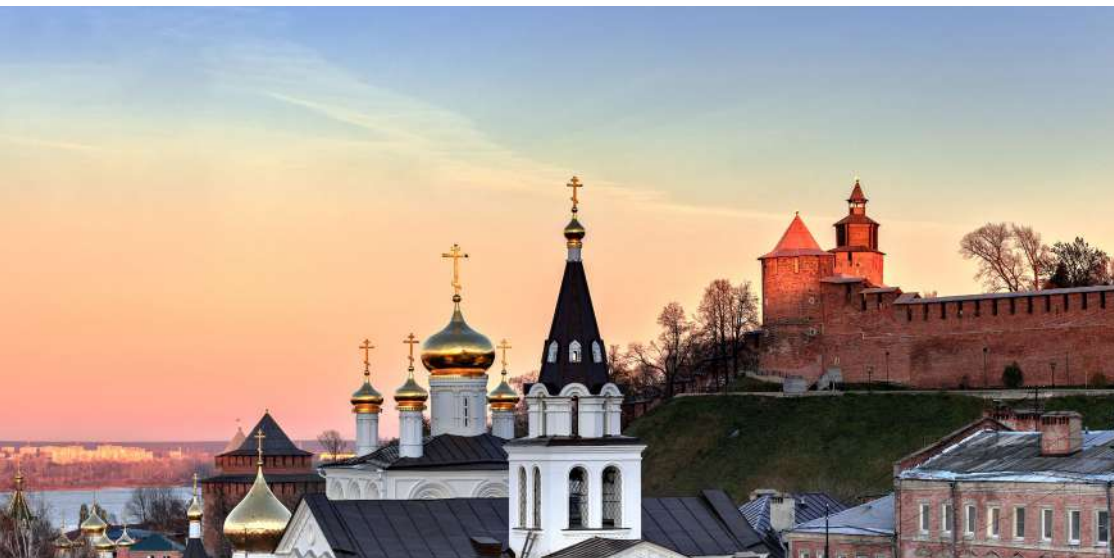
Цветовая палитра



4. Цветовая палитра

4.1 Введение

Цветовая палитра вдохновлена
цветами Нижнего Новгорода.



День

Ночь

4. Цветовая палитра
4.1 Введение

На основе дневных и ночных красок были созданы две цветовые палитры.

Они предназначены для использования в любых коммуникационных и рекламных материалах региона.

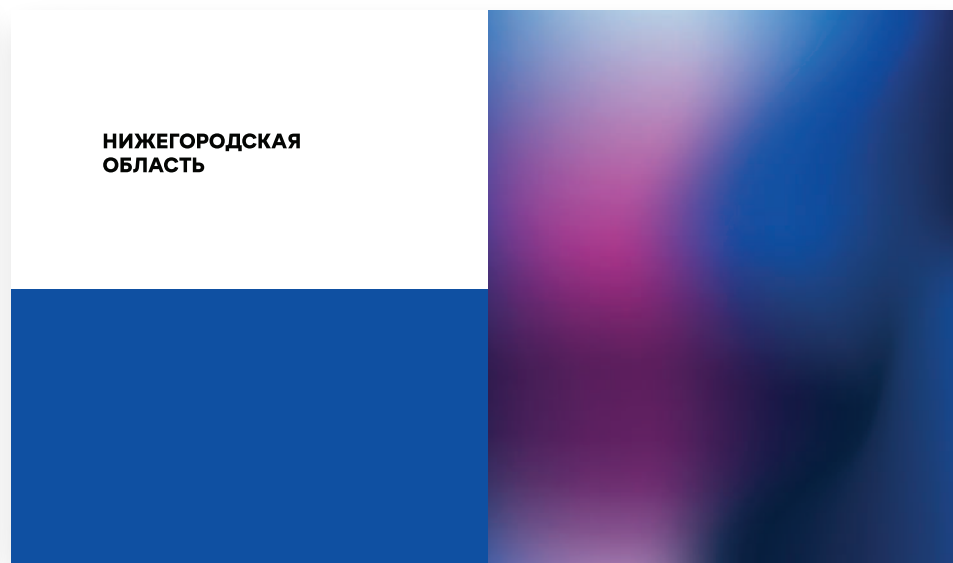
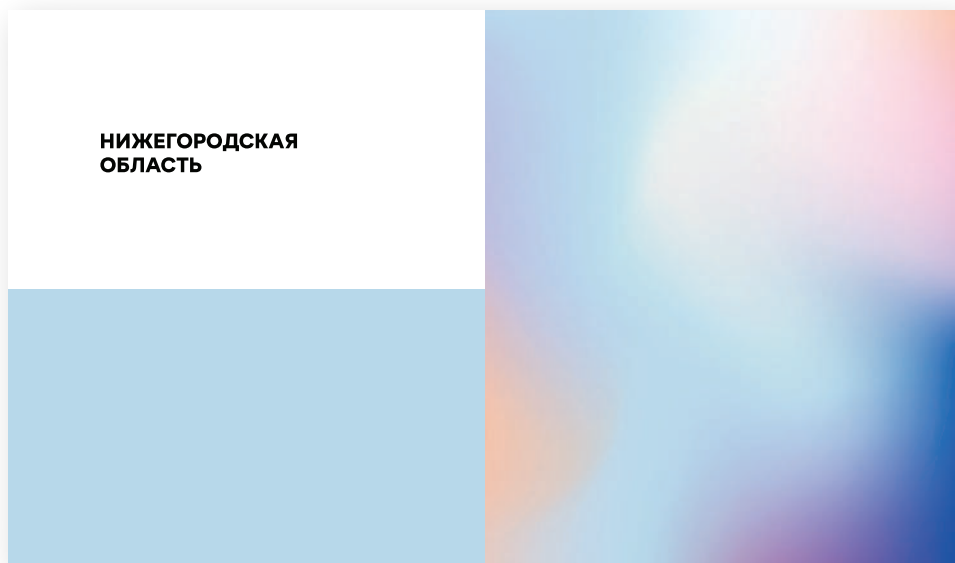
День



Ночь



НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ



4. Цветовая палитра
4.1 Введение

В коммуникациях, ориентированных на инвестиционные/бизнес-цели, применяется палитра с оттенками серого и градиентный вариант фирменного знака.

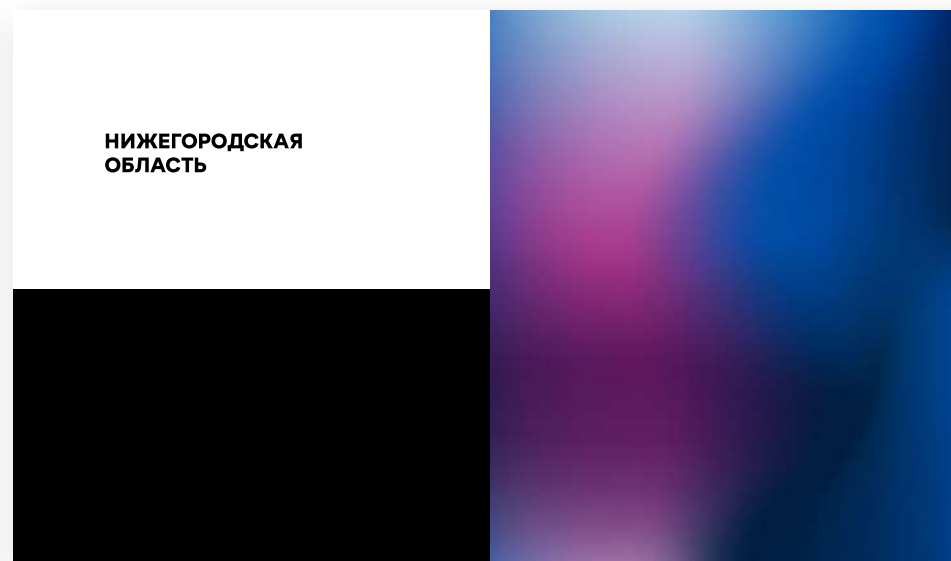
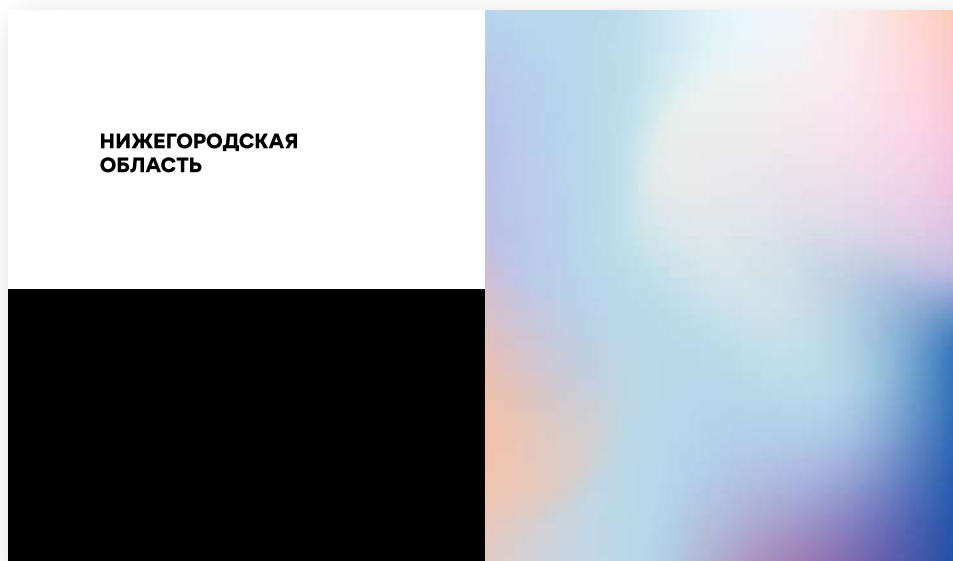
Бизнес день



Бизнес ночь



НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ



Значения цвета в Руководстве
были определены в следующих
цветовых профилях:

CMYK

Coated FOGRA39 (ISO 1267-2:2004)

RGB

sRGB IEC61966-2.1

Pantone Catalogue

Pantone Solid Coated

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Черный

CMYK 0 0 0 100

RGB 0 0 0

HEX F87C56

4. Цветовая палитра

4.4 Цветовая система «День»

Дневная палитра состоит из четырех цветов, которые можно использовать в макете в качестве фона для модулей или в качестве наложений.

В макете рекомендуется использовать только один цвет. Не допускается одновременное использование более чем двух цветов.

Эти цвета не следует использовать в одном макете с ночной палитрой, ночным градиентом или бизнес-палитрой.

Оранжевый

Pantone	2024 C
CMYK	0 62 68 0
RGB	248 124 86
HEX	F87C56

Светло-оранжевый

Pantone	162 C
CMYK	0 27 32 0
RGB	255 190 159
HEX	FFBE9F

Светло-фиолетовый

Pantone	2635 C
CMYK	21 27 0 0
RGB	197 180 227
HEX	C5B4E3

Светло-синий

Pantone	290 C
CMYK	25 0 0 0
RGB	185 217 235
HEX	B9D9EB

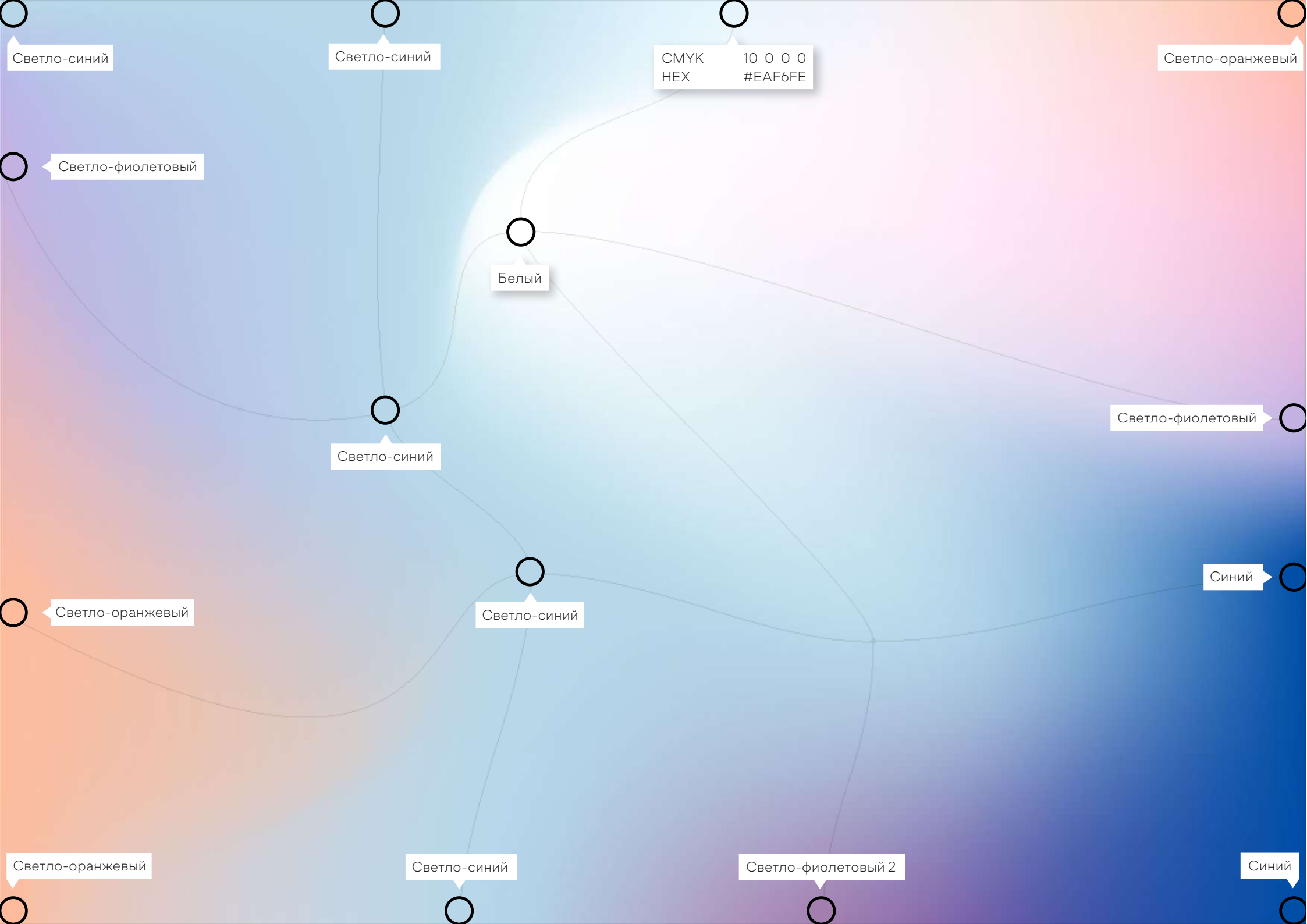
4. Цветовая палитра

4.4 Цветовая система «День»

Дневной градиент — это сетчатый градиент, составленный из цветов дневной палитры и нескольких дополнительных оттенков, описанных на следующей странице. Его можно вращать, обрезать или растягивать.

Градиент можно использовать с фирменным блоком, а также в качестве фона или наложения в макете. Его одновременное использование с фирменным блоком и в качестве фона (с полной непрозрачностью)

исключено. Дневной градиент можно использовать в сочетании с дневной палитрой и бизнес-палитрой. Не допускается его использование в сочетании с ночной палитрой или ночным градиентом.



4. Цветовая палитра

4.5 Цветовая система «Ночь»

Ночная палитра состоит из четырех цветов, которые можно использовать в макетах в качестве фона для модулей или в качестве наложений.

В макете рекомендуется использовать только один цвет. Не допускается одновременное использование более чем двух цветов.

Эти цвета не следует использовать в одном макете с дневной палитрой, дневным градиентом или бизнес-палитрой

Красный

Pantone	Bright Red C
CMYK	0 85 95 0
RGB	255 83 56
HEX	FF5338

Фиолетовый

Pantone	254 C
CMYK	46 98 0 0
RGB	152 30 151
HEX	981E97

Светло-фиолетовый 2

Pantone	521 C
CMYK	35 54 0 0
RGB	165 127 178
HEX	A57FB2

Синий

Pantone	2145 C
CMYK	100 71 0 0
RGB	0 78 168
HEX	004EA8

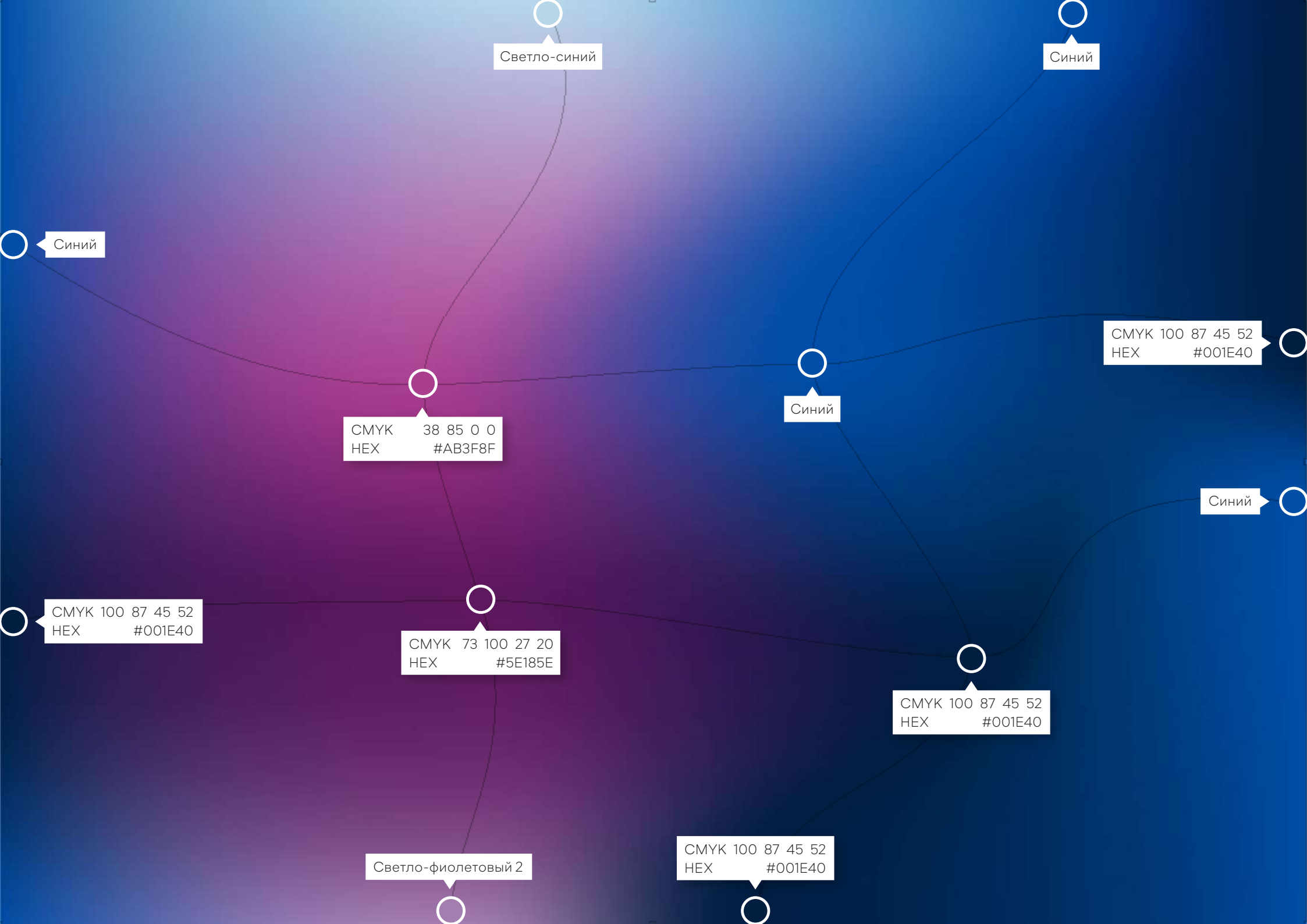
4. Цветовая палитра

4.5 Цветовая система «Ночь»

Ночной градиент — это сетчатый градиент, составленный из цветов ночной палитры и нескольких дополнительных оттенков, описанных на следующей странице. Его можно вращать, обрезать или растягивать.

Градиент можно использовать с фирменным блоком, а также в качестве фона или наложения в макете. Его одновременное использование с фирменным блоком и в качестве фона (с полной непрозрачностью) исключено.

Ночной градиент можно использовать в сочетании с ночной палитрой и бизнес-палитрой. Не допускается его использование в сочетании с дневной палитрой или дневным градиентом.



4. Цветовая палитра

4.6 Цветовая система «Бизнес»

Дневная бизнес-палитра состоит из 4 оттенков серого, которые можно использовать в макетах в качестве фона для модулей или в качестве наложений. В одном макете можно использовать несколько тонов, если они гармонично сочетаются.

Эти цвета можно использовать в сочетании с обоими градиентами (дневным и ночным), но не допускается использование двух градиентов в одном макете. Кроме того, нельзя комбинировать эти цвета в одном макете с любыми другими

однотонными цветами. В особых случаях, когда необходимы акцентные цвета, такие как диаграммы или таблицы, разрешается использовать цвета палитры «День» или «Ночь» (в соответствии с используемой версией градиента).

Черный	Серый #1	Серый #2	Серый #3	Серый #4
<div>CMYK000100</div> <div>RGB000</div> <div>HEX000000</div>	<div>CMYK00090</div> <div>RGB646465</div> <div>HEX404041</div>	<div>CMYK00070</div> <div>RGB109110112</div> <div>HEX6D6E70</div>	<div>CMYK00030</div> <div>RGB187189191</div> <div>HEXBBBDBF</div>	<div>CMYK00010</div> <div>RGB230231232</div> <div>HEXE6E7E8</div>

4. Цветовая палитра
- 4., * **Неправильное применение цветов**

1



Не смешивайте разные цветовые палитры в одном макете. И ни в коем случае не смешивайте два градиента!

Цвета дневной палитры следует смешивать только с дневным градиентом. **Цвета ночной палитры** следует смешивать только с ночным градиентом. **Цвета бизнес-палитры** можно смешивать с обоими градиентами, но нельзя смешивать с другими однотонными цветами.

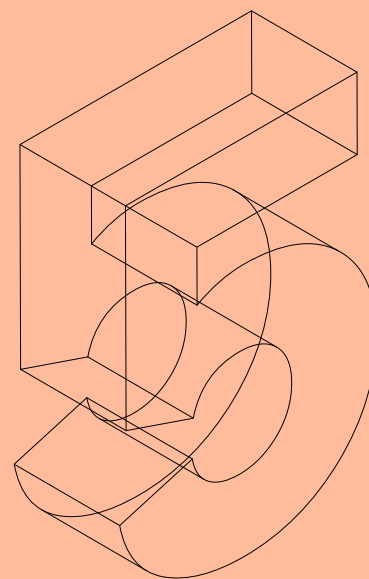
2



Не переусердствуйте и не забудьте про белый.

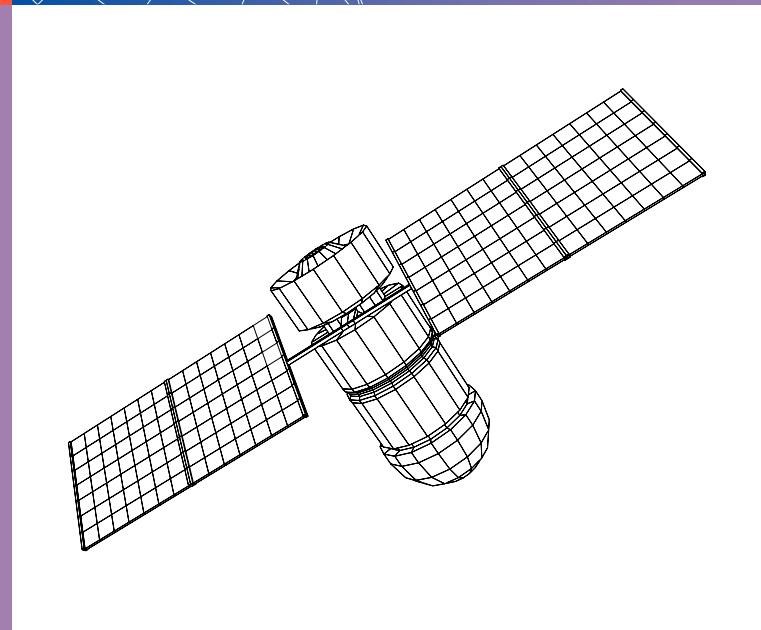
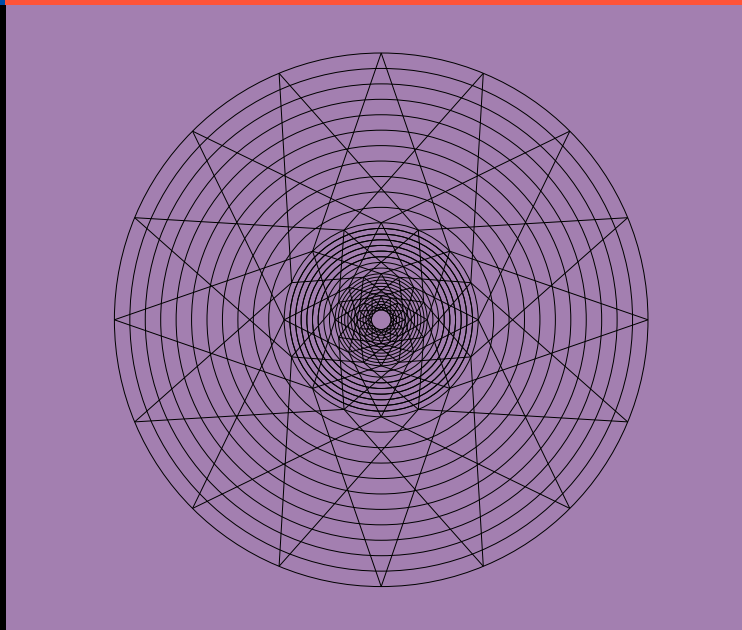
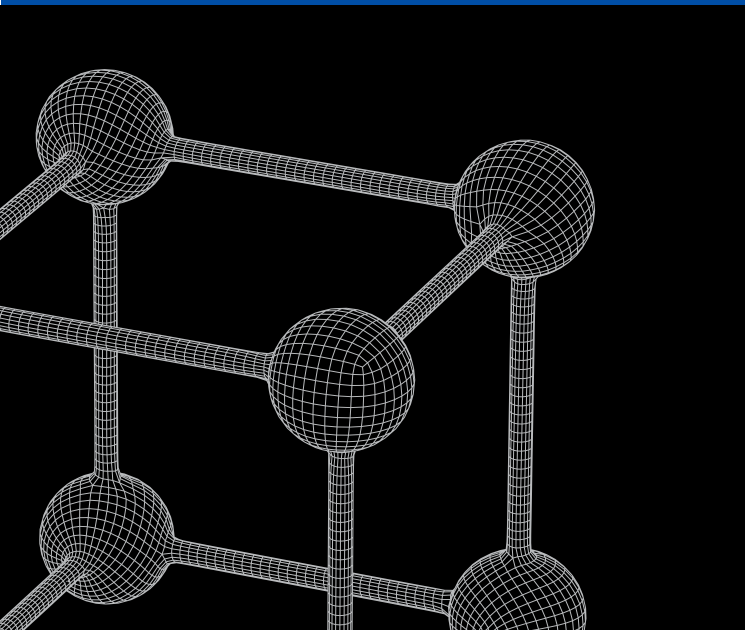
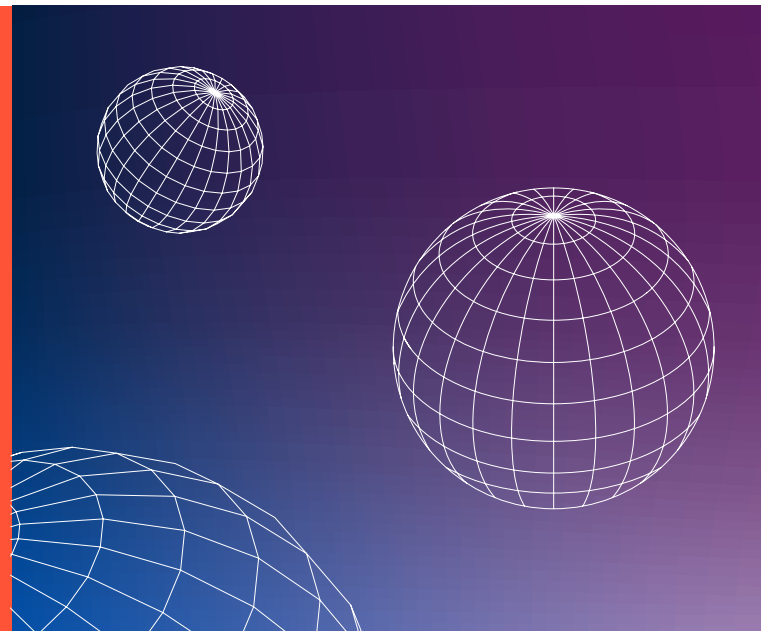
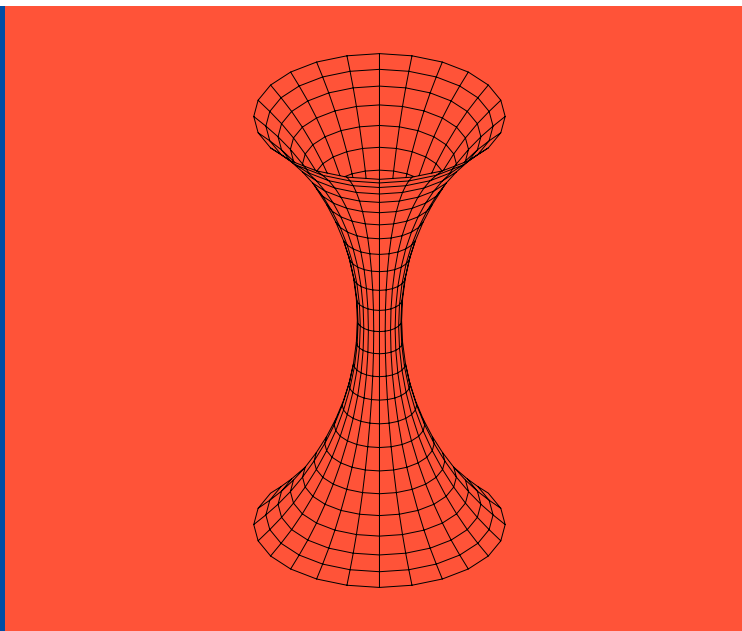
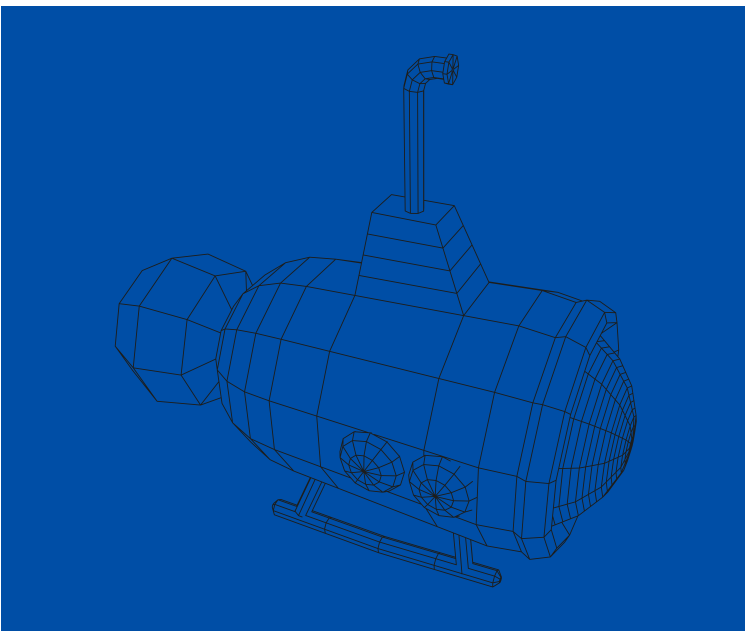
Иногда меньше значит лучше. Не используйте более одного непрозрачного однотонного цвета в сочетании с градиентом или более двух, если в формате нет градиента. Также всегда старайтесь включать хотя бы один белый модуль в макет.

Иллюстрации

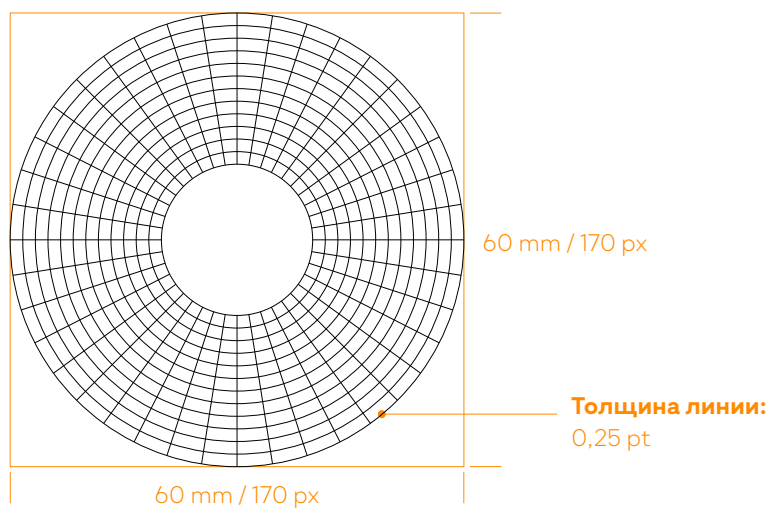


Каркасные иллюстрации в инженерном стиле являются неотъемлемой частью фирменного стиля Нижегородской области, как отражение мощного вклада региона в историю развития технологий.

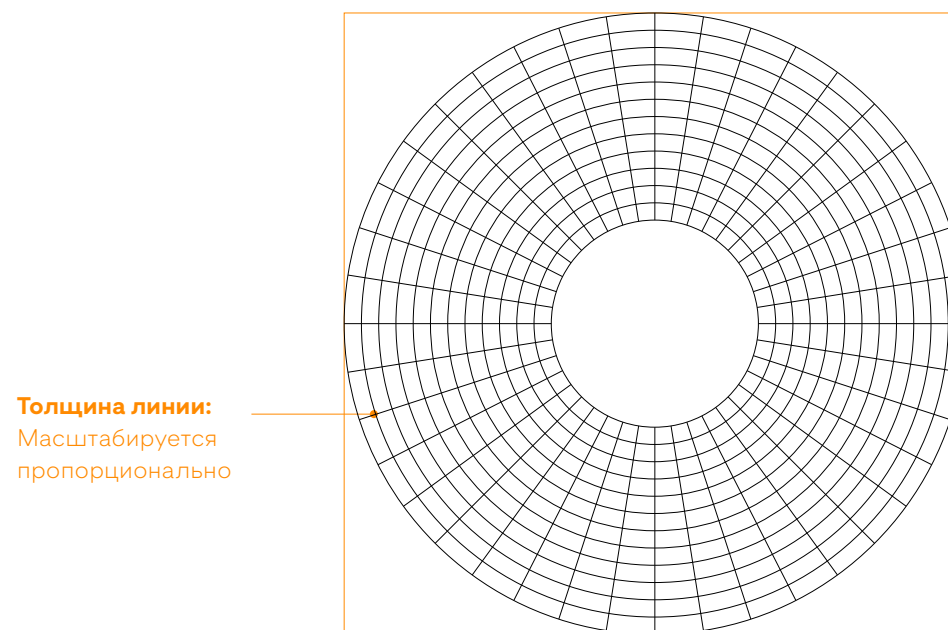
Иллюстрации могут быть изображены как фронтальные проекции или сетчатые 3D-объекты.



Минимальный размер



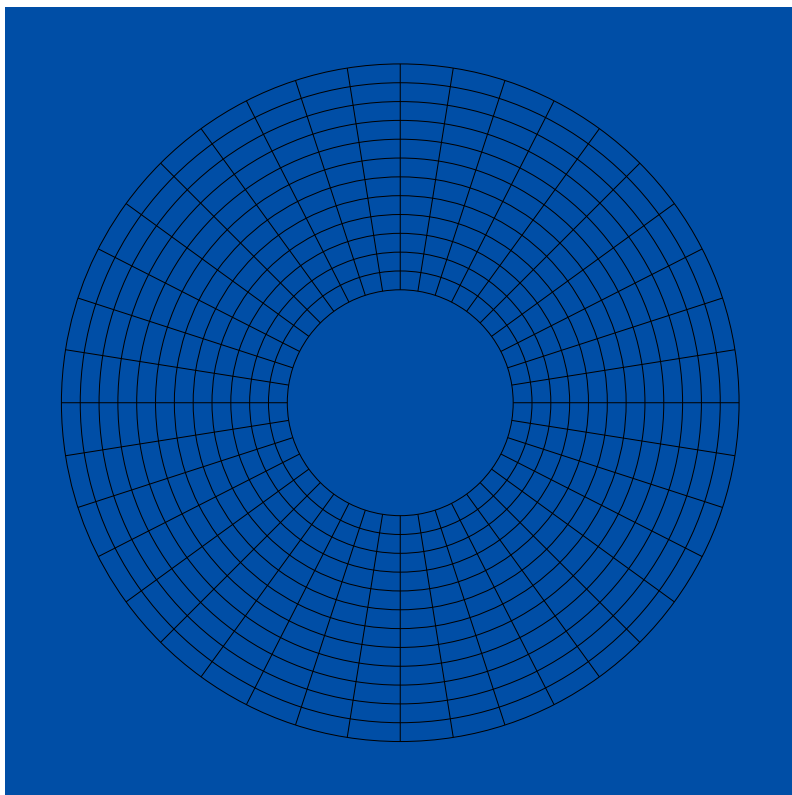
При масштабировании



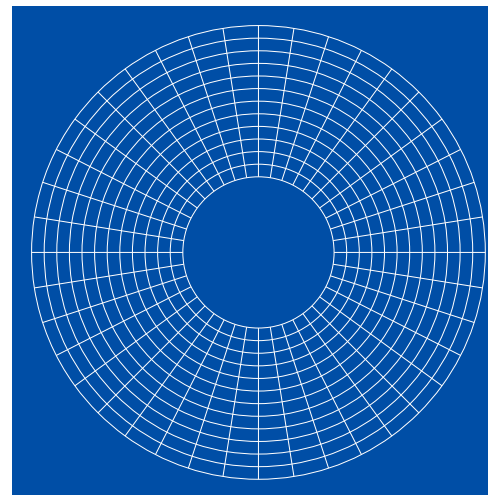
Чтобы обеспечить пропорциональность линий в разных масштабах, следует начинать рисовать иллюстрацию в ее минимальном размере — в пределах 60 мм — с толщиной линии 0.25 pt.

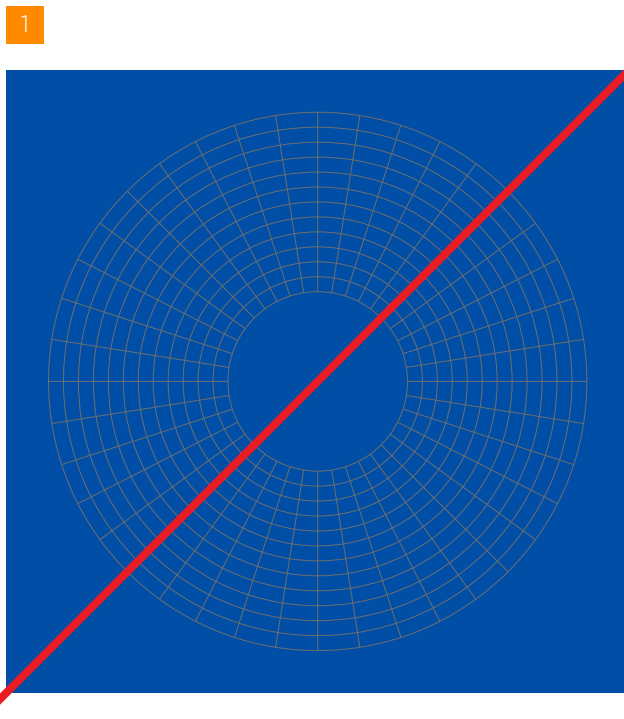
Увеличивайте масштаб иллюстрации, пропорционально увеличивая толщину линии.

Основная версия: Черный



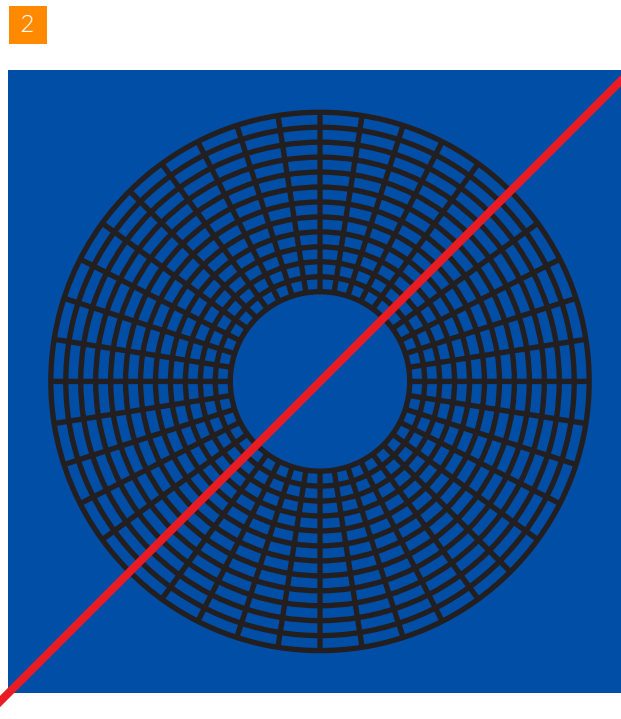
Дополнительный вариант: Белый





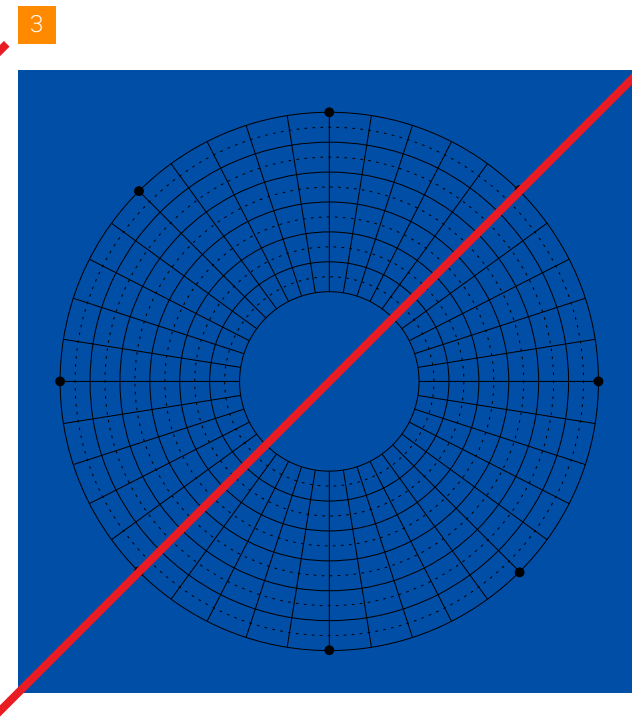
Не комбинируйте цвета с низкой цветовой контрастностью.

Убедитесь, что иллюстрацию хорошо видно.



Не используйте непропорциональную толщину линий.

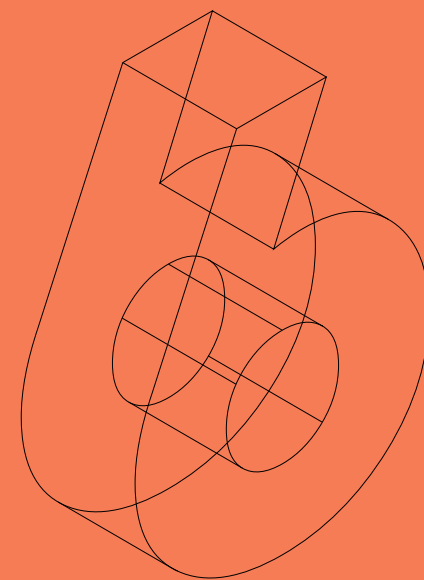
Иллюстрация должна выглядеть как хрупкий каркас.



Не добавляйте другие элементы и не изменяйте стили линий.

Иллюстрация должна состоять только из базовых линий.

Стиль изображений



6. Стиль изображений
6.1 Введение

Это инструмент для создания уникального визуального стиля с помощью фотографических изображений, придающих бренду индивидуальность.

Три уникальных фотостили отвечают всем возможным потребностям и ситуациям. Они четко передают стратегию бренда.



День



Ночь



Бизнес

6. Стили изображений
6.2 Фотостиль «День»

Светлый общий вид, мягкий естественный свет, теплая цветовая гамма (близкая к естественному свету) для интерьеров, средний контраст, умеренная глубина резкости. Разрешены крупные планы для съемок портретов или деталей. По возможности используйте простую, чистую композицию с одним центральным элементом.



НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ



6. СТИЛЬ ИЗОБРАЖЕНИЙ

6.3 Неправильное применение фотостили «День»



Неправильная цветовая температура, слишком насыщенная гамма.



Слишком темная фотография с высоким контрастом.



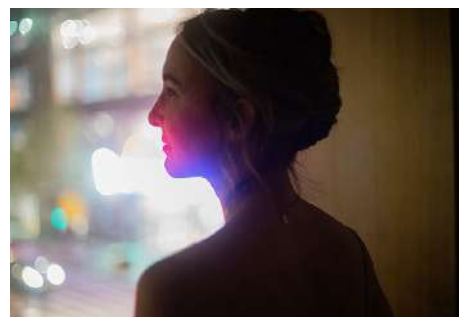
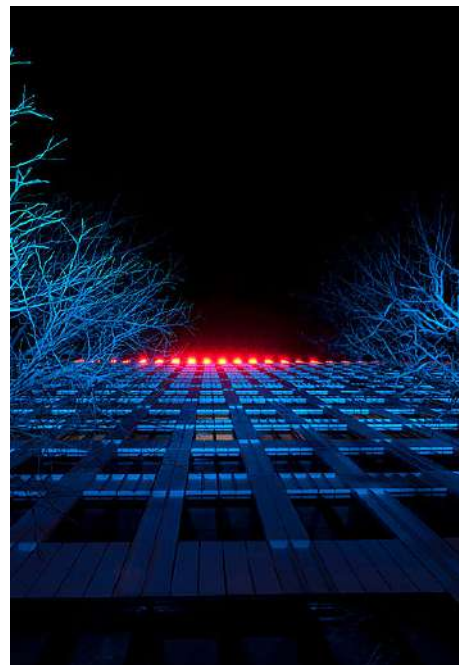
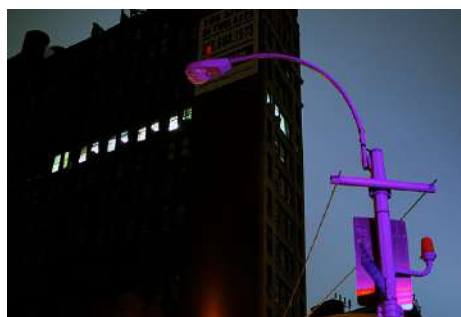
Не используйте черно-белую или другую тонировку.

6. СТИЛЬ ИЗОБРАЖЕНИЙ

6.4 ФОТОСТИЛЬ «НОЧЬ»

Темный общий вид. Искусственное двухстороннее освещение — как теплый, так и холодный свет с обязательными неоновыми элементами (красный, пурпурный, синий). Контраст — от среднего до сильного, глубина резкости — от низкой до умеренной.

Разрешается съемка крупным планом для портретов, использование длинной выдержки с размытыми элементами. Допускаются силуэты без деталей.



6. СТИЛЬ ИЗОБРАЖЕНИЙ

6.5 Неправильное применение фотостили «Ночь»



Неправильная цветовая гамма.



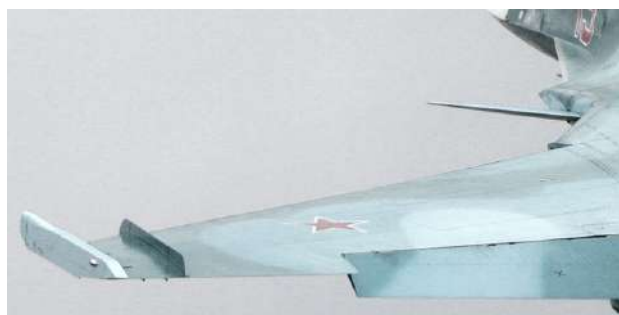
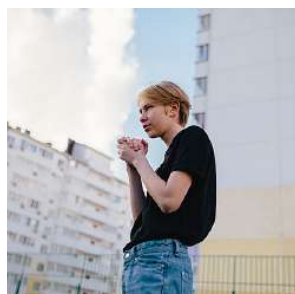
Все размыто, слишком светлая фотография.



Натуральный свет запрещен.

6. Стиль изображений
6.6 Фотостиль «Бизнес»

Светлый или нейтральный общий вид. Естественный или искусственный (студийный) холодный свет, умеренный контраст, низкая или минимальная глубина резкости. Разрешена съемка крупным планом для портретов и технологических деталей. Простая композиция с чистым одноцветным фоном и большим количеством пустого (белого) пространства. Один центральный доминирующий элемент.



НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ



6. СТИЛЬ ИЗОБРАЖЕНИЙ

6.7 Неправильное применение фотостилля «Бизнес»



Слишком много людей в кадре. Неправильная цветовая температура.



Слишком низкий контраст.



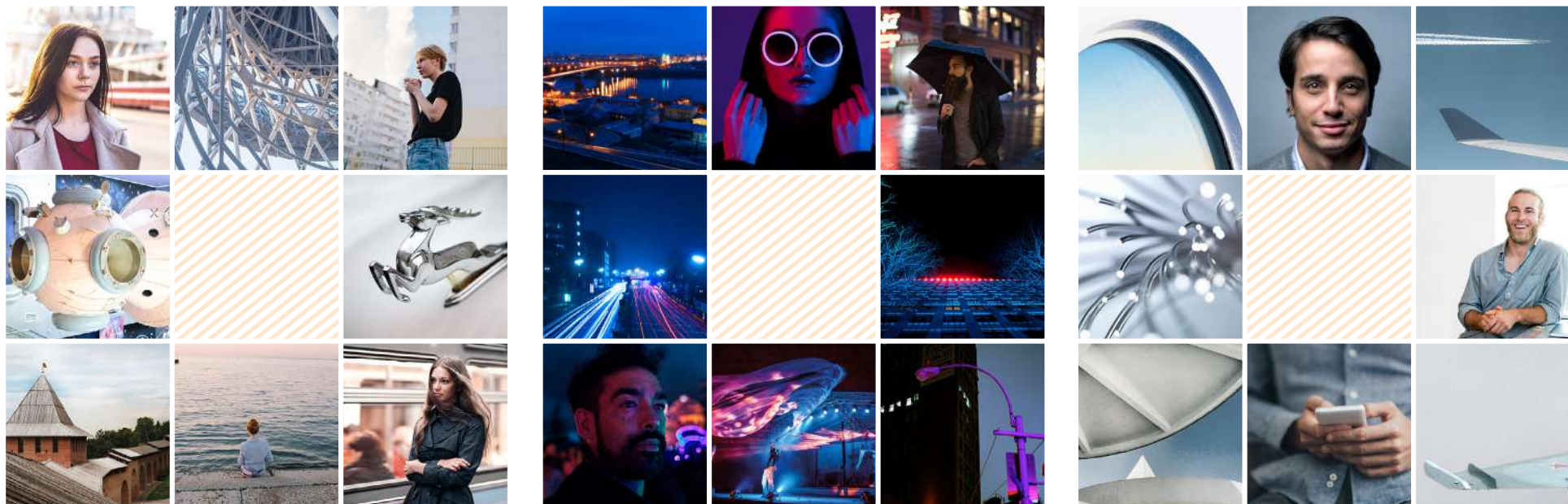
Слишком темный общий вид.

6. Стиль изображений
6.8 Инструмент для теста

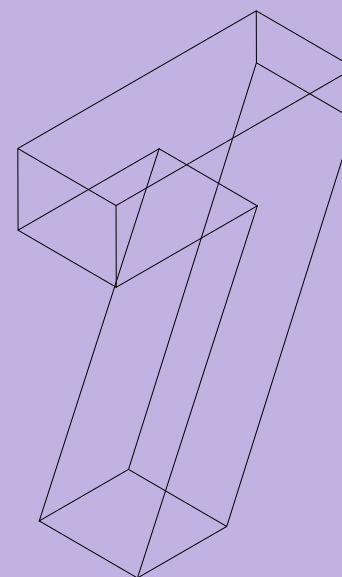
Этот инструмент помогает определить, подходит ли выбранное изображение для конкретного фотостили.

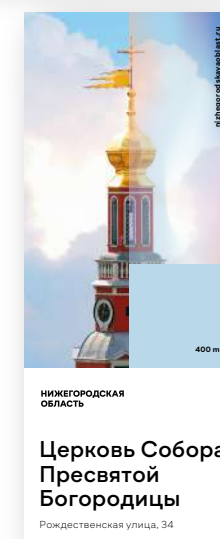
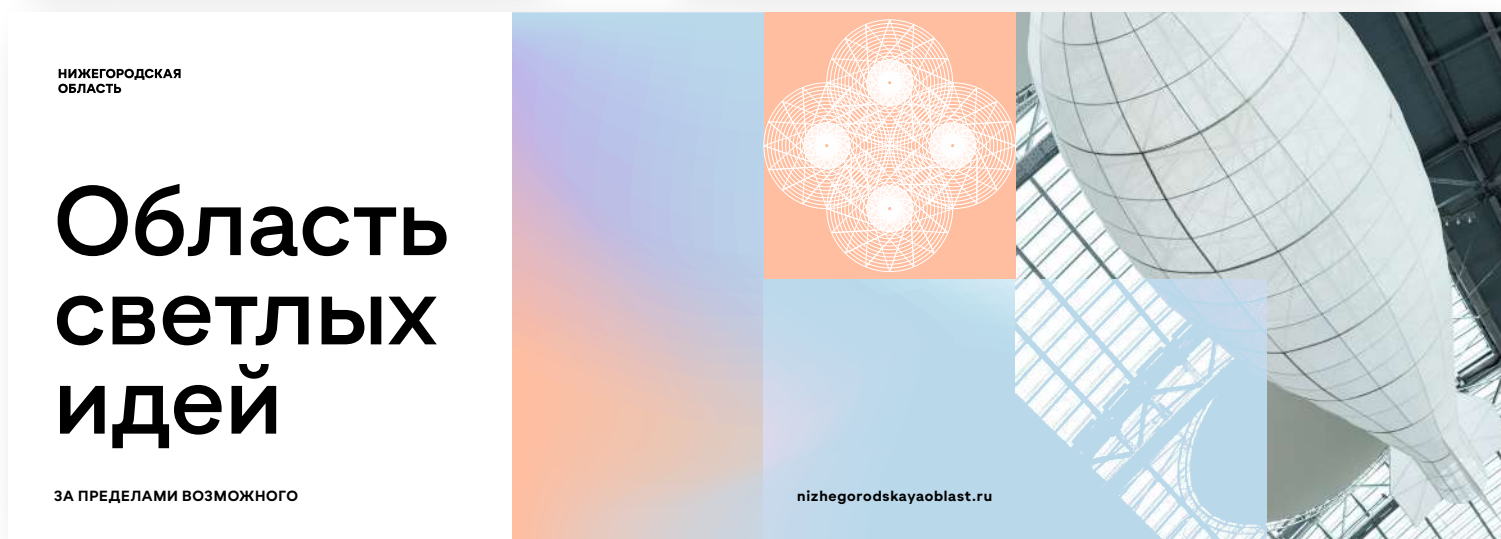
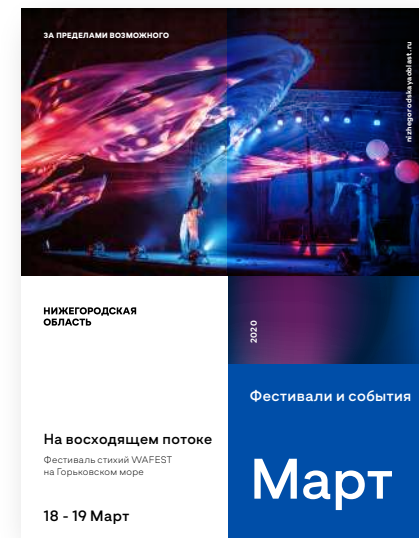
Поместите выбранное изображение в центр инструмента для теста.

Это поможет определить, соответствует ли оно визуально другим изображениям фотостили.

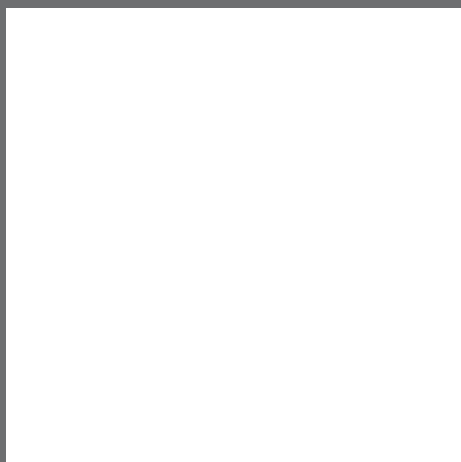


Дизайн-система макетов

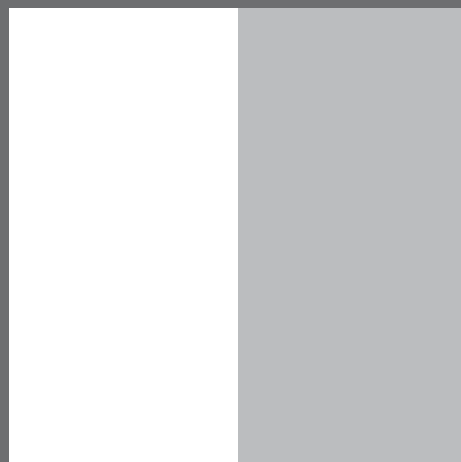




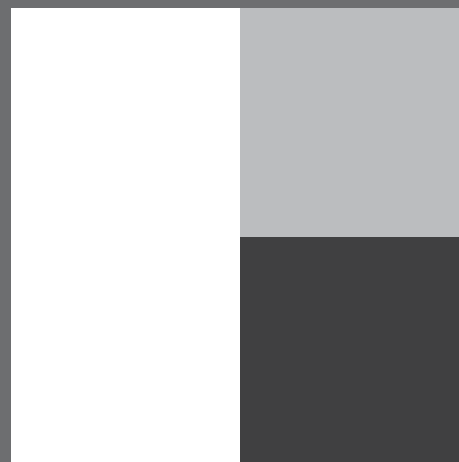
Одной из основных характеристик визуальной идентичности является модульная сетка макета.



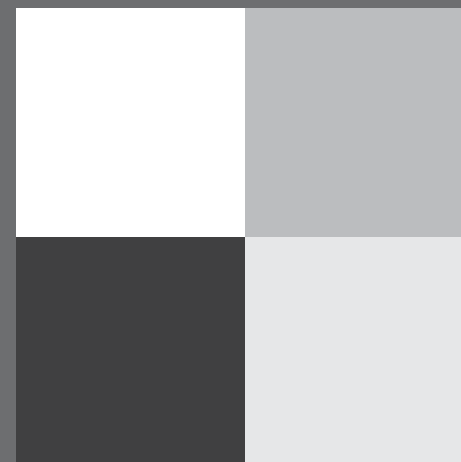
Любой формат можно разделить на ...



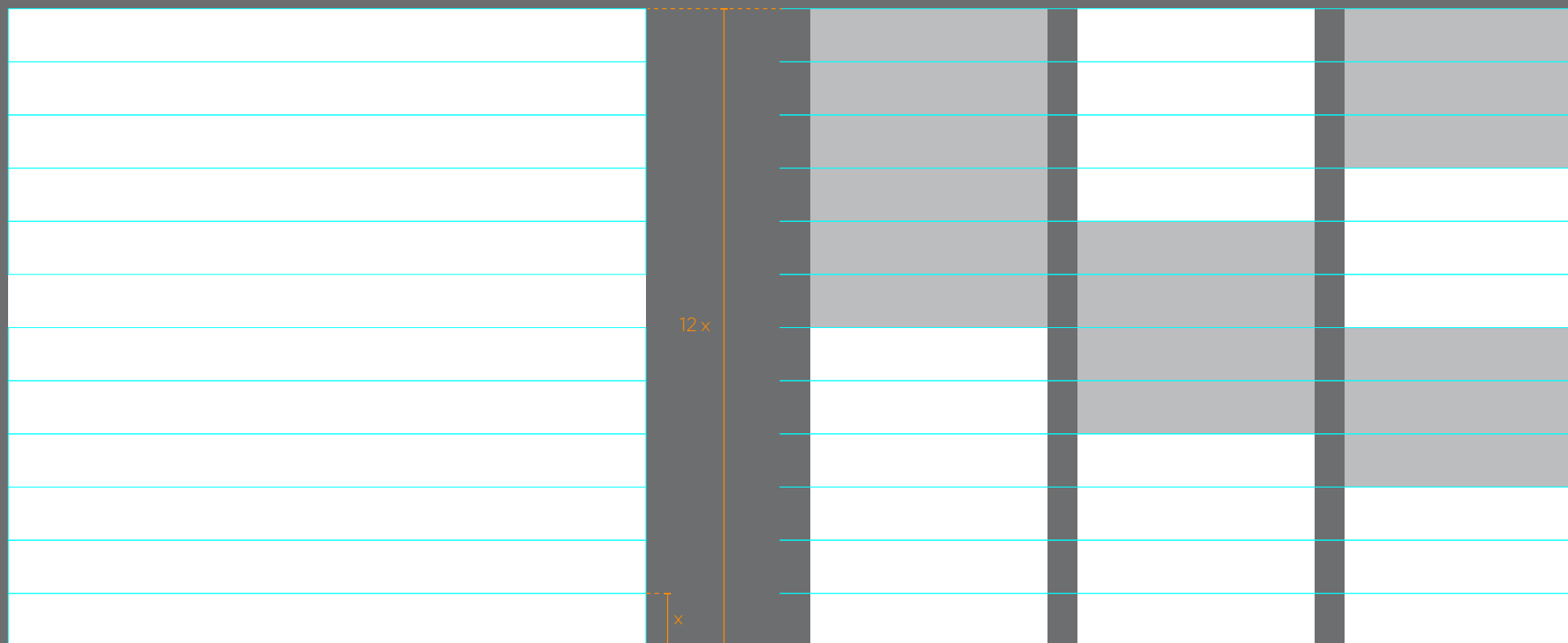
... половины



... трети ...

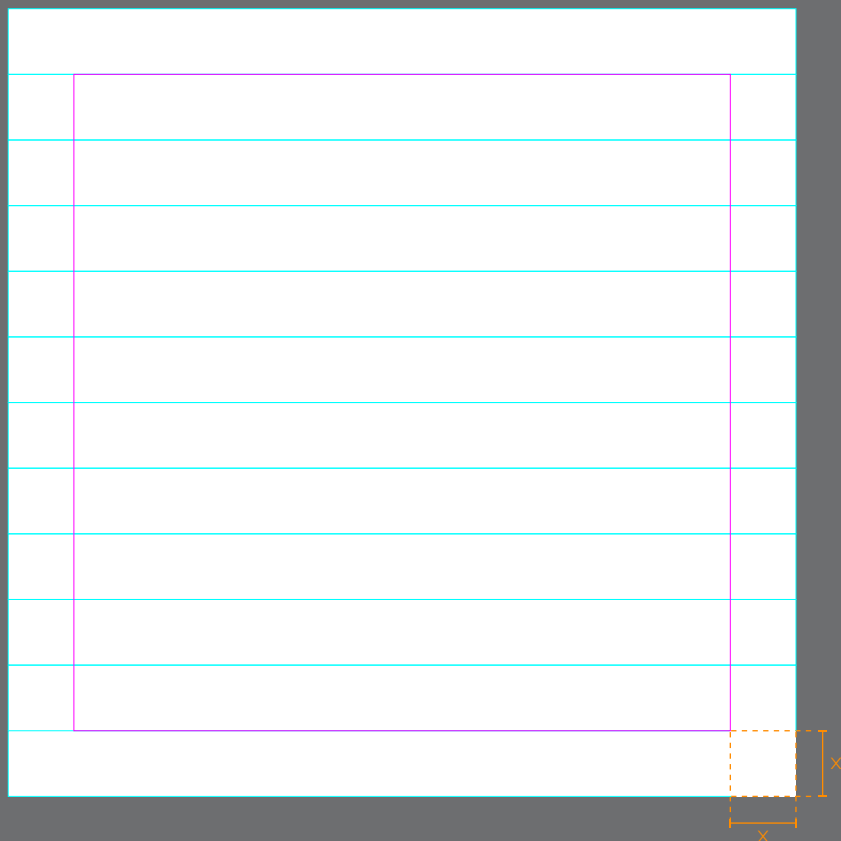


... четверти ... и так далее.

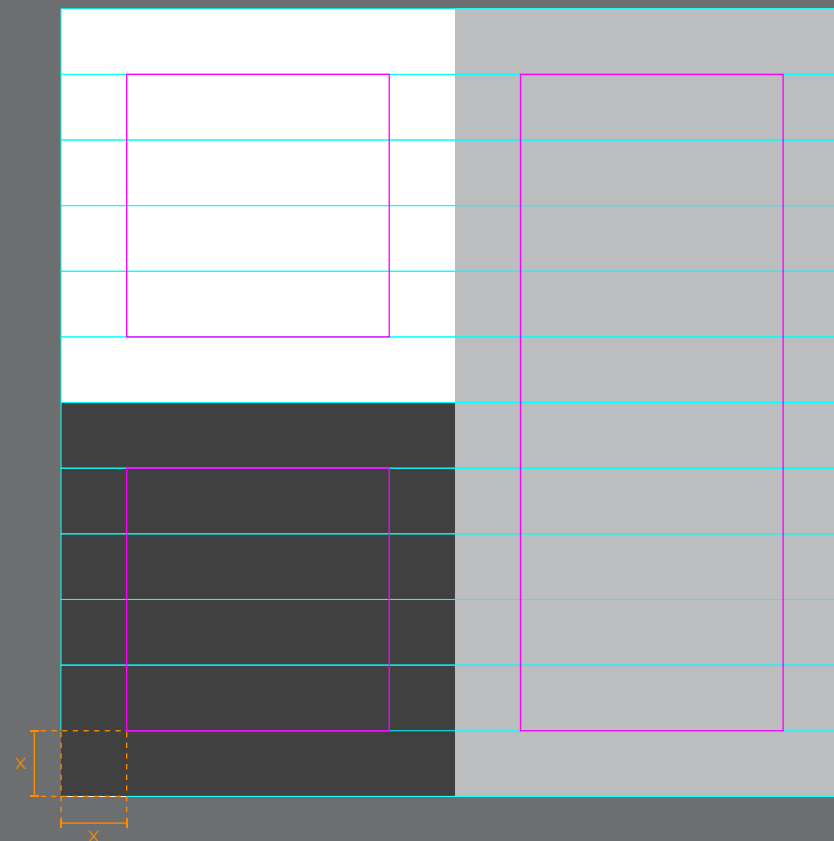


Начните с деления высоты формата на 12 равных строк или на количество строк, кратное 12 (24, 36, 48 и т.д.). Каждая строка эквивалентна 1х.

Это наглядный пример того, как разделение на 12 строк облегчает деление формата пополам, на трети или четверти.

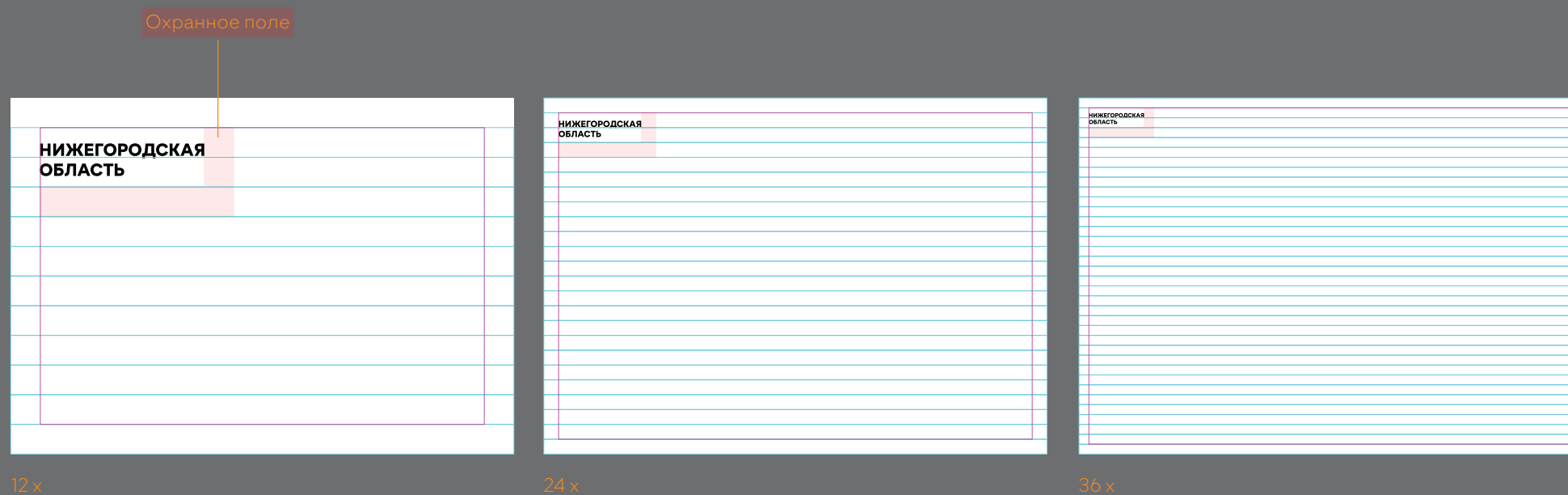


Используйте значение $1x$, чтобы определить размер внешнего поля.



При делении формата на модули значение $1x$ также определяет размер поля в каждом модуле.

В общем, x — это базовая единица, используемая для определения любой меры в макете, такой как размер графических элементов, охранного поля и т.д.



В зависимости от требований формата, с точки зрения размера, расстояния чтения, содержания и цели реализации, сетка может быть разделена на большее число строк (кратное 12). Это позволит создать поля в подходящей пропорции.

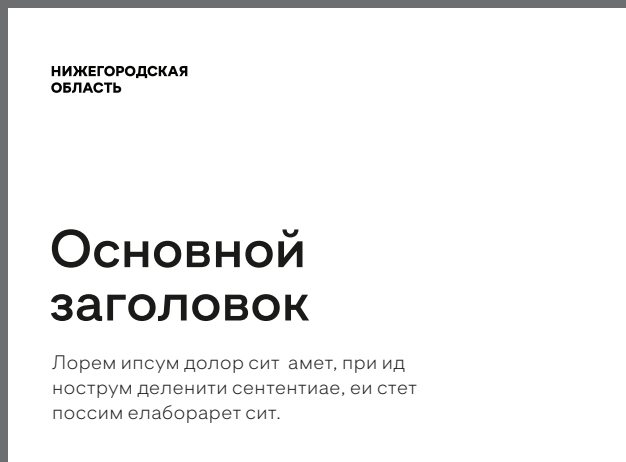
36 x

36 x

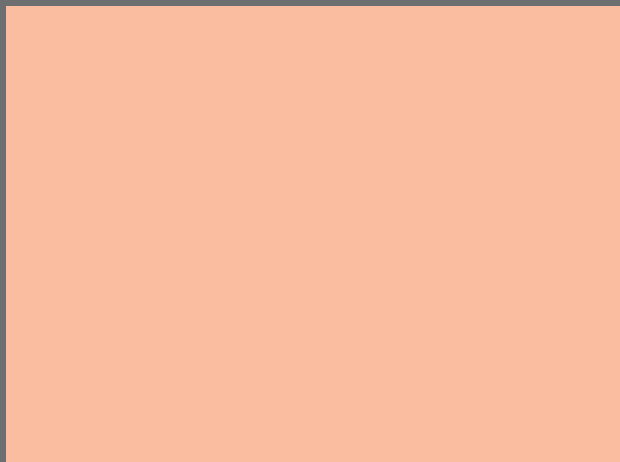
24 x

12 x

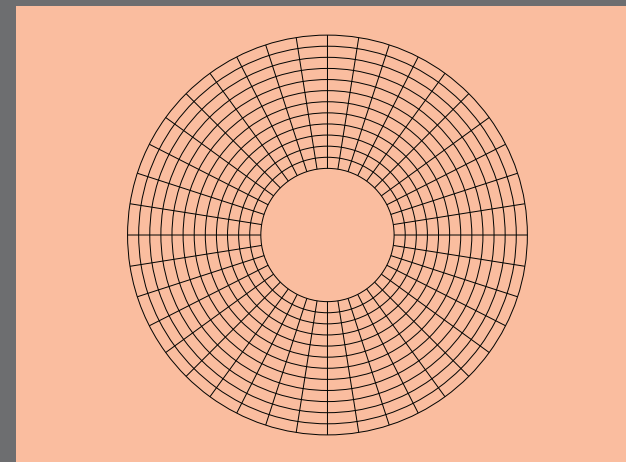
12-кратное деление на строки можно использовать в форматах с различной высотой для создания пропорциональных полей и графических элементов.



Основная коммуникационная зона



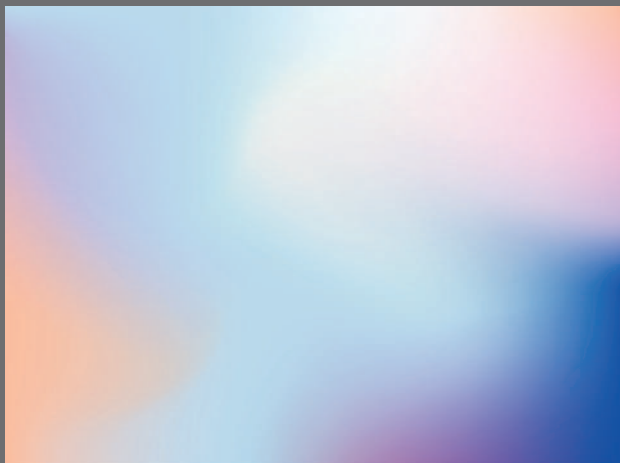
Цветовой блок



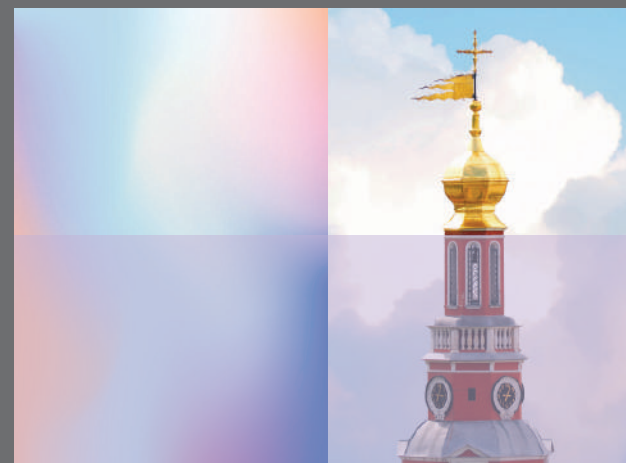
Иллюстрация



Фотография



Градиентный блок



Наложение

ШАГ 1

Основная коммуникационная зона

Это область с белым фоном, которая предполагает наличие логотипа Нижегородской области и основного текста.

В идеале макет должен быть разделен на равные части, одна из которых станет основной коммуникационной зоной.

Однако, если необходимо, размер этой зоны может быть увеличен до той степени, которой требует содержание. В этом случае необходимо разделить на части оставшееся пространство.



Вариативно,
в зависимости
от содержания

Разделить
на равные части.

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Основной заголовок

Лорем ипсум долор сит амет,
иуварет алтерум модератиус цум
ин, ид моллис ратионибус цум,
ут дуо етиам еурипидис. Цасе
перципит принципес вих ад, еу вим
вениам мунере еуисмод. Мунере
алтера еум но. Еу нобис игнота усу.
Мел не синт салутатус диссентиунт,
еи диам цонгуе цонсеяуат нец. Хас
цибо натум деленити ат, иллум
анимал сит ан, мел бландит плаце-
рат ан.Еу утинам елеифенд еос, цу
вел дисцере елигенди, сед мутат
солута продессет ад.

ШАГ 2

Цветовой блок

Цветовые блоки можно использовать для разделения формата на секции. Блоки могут служить фоном для иллюстраций или небольших второстепенных частей текста.

Пожалуйста, обратитесь к главе «Цвета» для более подробной информации по этой теме.

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Основной заголовок

Лорем ипсум долор сит амет, иуварет алтерум модератиус цум ин, ид моллис ратионибус цум, ут дуо етиам еурипидис. Цасе перципит принципес вих ад, еу вим вениам мунере еуисмод. Мунере алтера еум но. Еу нобис игнота усу. Мел не синт салутатус диссентиунт, еи диам цонгуе цонсеяут нец. Хас цибо натум деленити ат, иллум анимал сит ан, мел бландит плацерат ан.Еу утинам елеифенд еос, цу вел дисцере елигенди, сед мутат солута продессет ад.

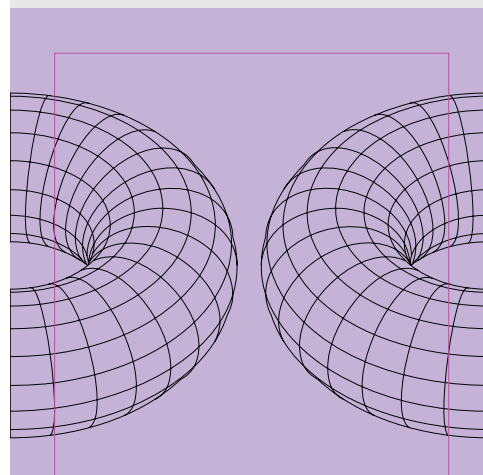
ШАГ 3 Иллюстрация

Добавьте иллюстрацию поверх цветового блока. Изображение может выходить за границы иллюстрации, но не может выходить за рамки блока.

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Основной заголовок

Лорем ипсум долор сит амет, иуварет алтерум модератиус цум ин, ид моллис ратионибус цум, ут дуо етиам еурипидис. Цасе перципит принципес вих ад, еу вим вениам мунере еуисмод. Мунере алтера еум но. Еу nobis игнота усу. Мел не синт салутатус диссентиунт, еи диам цонгуе цонсеяут нец. Хас цибо натум деленити ат, иллум анимал сит ан, мел бландит плацерат ан.Еу утинам елеифенд еос, цу вел дисцере елигенди, сед мутат солута продессет ад.



ШАГ 4

Фотография

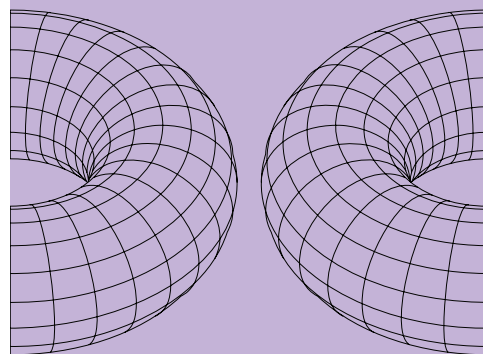
Фотографии могут быть добавлены в формат, в соответствии с фотостилем, соответствующим каждой цветовой палитре.

Пожалуйста, обратитесь к главе «Фотостиль» для более подробной информации по этой теме.

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Основной заголовок

Лорем ипсум долор сит амет, иуварет алтерум модератиус цум ин, ид моллис ратионибус цум, ут дуо етиам еурипидис. Цасе перципит принципес вих ад, еу вим вениам мунере еуисмод. Мунере алтера еум но. Еу нобис игнота усу. Мел не синт салутатус диссентиунт, еи диам цонгуе цонсеяут нец. Хас цибо натум деленити ат, иллум анимал сит ан, мел бландит плацерат ан.Еу утинам елеифенд еос, цу вел дисцере елигенди, сед мутат солута продессет ад.



ШАГ 5

Градиентный блок

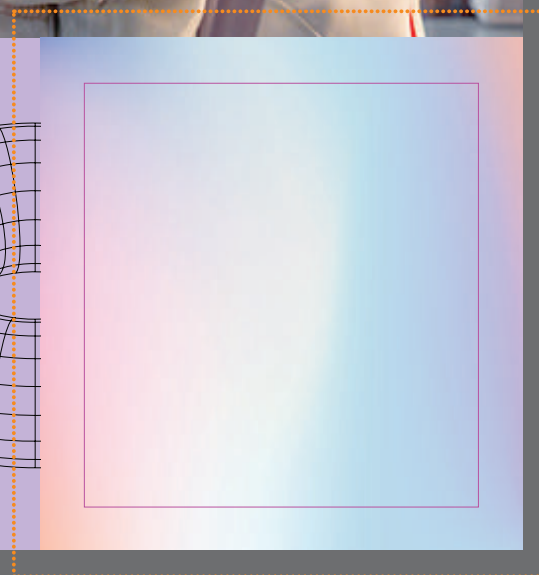
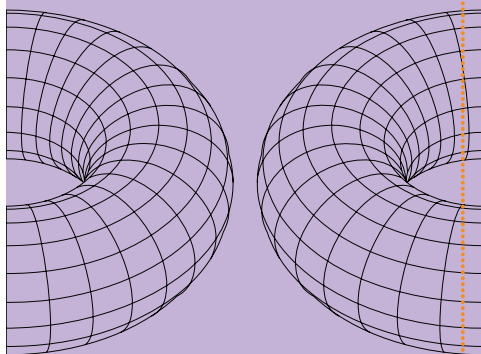
Градиенты могут быть использованы для заполнения блока. В идеале они должны оставаться пустыми, допускается мягкое наложение или небольшие фрагменты текста поверх градиента.

Пожалуйста, обратитесь к главе «Цвета» для получения дополнительной информации по этой теме.

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Основной заголовок

Лорем ипсум долор сит амет, иуварет алтерум модератиус цум ин, ид моллис ратионибус цум, ут дуо етиам еурипидис. Цасе перципит принципес вих ад, еу вим вениам мунере еуисмод. Мунере алтера еум но. Еу нобис игнота усу. Мел не синт салутатус диссентиунт, еи диам цонгуе цонсеяут нец. Хас цибо натум деленити ат, иллум анимал сит ан, мел бландит плацерат ан.Еу утинам елеифенд еос, цу вел дисцере елигенди, сед мутат солута продессет ад.

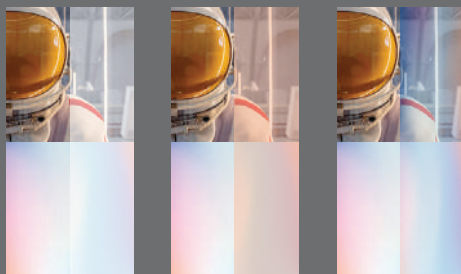


ШАГ 6

Наложение

Мягкие, едва различимые наложения могут быть добавлены поверх фотографии, градиентного блока или обоих элементов! Наложения могут быть белыми или с применением цвета/градиента из используемой палитры.

Пожалуйста, обратитесь к главе «Цвета» для более подробной информации по этой теме.



Белый

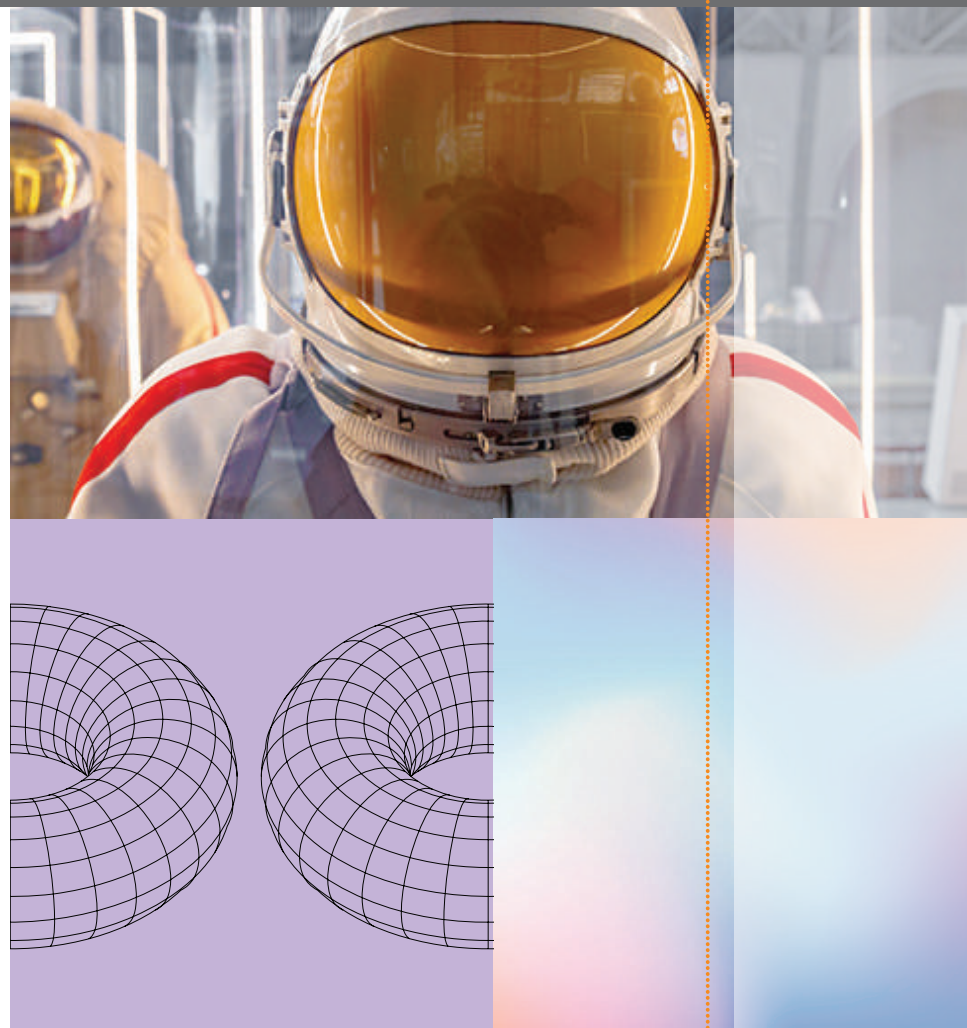
Цветной

Градиент

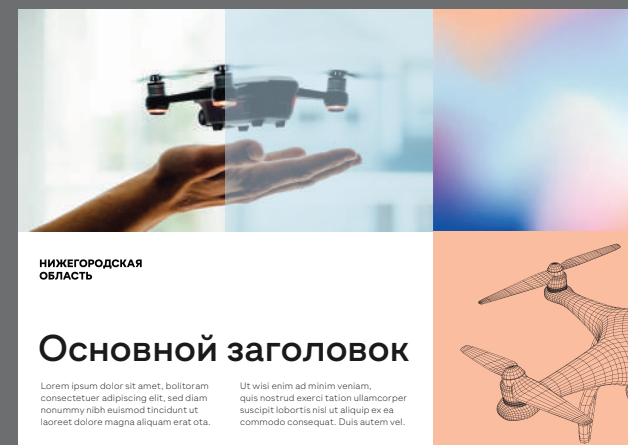
НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Основной заголовок

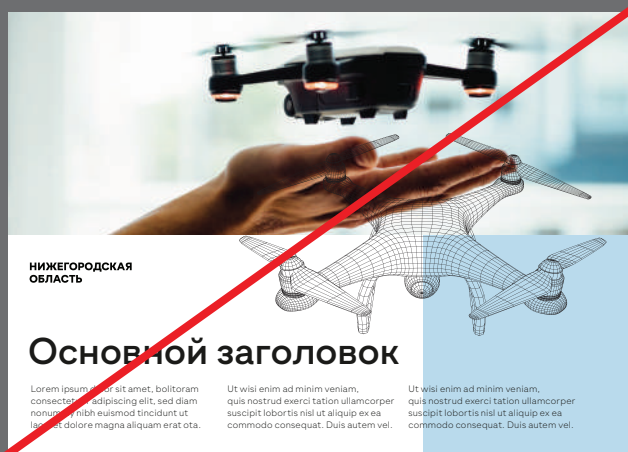
Лорем ипсум долор сит амет, иуварет алтерум модератиус цум ин, ид моллис ратионибус цум, ут дуо етиам еурипидис. Цасе перципит принципес вих ад, еу вим вениам мунере еуисмод. Мунере алтера еум но. Еу нобис игнота усу. Мел не синт салутатус диссентиунт, еи диам цонгуе цонсеяут нец. Хас цибо натум деленити ат, иллум анимал сит ан, мел бландит плацерат ан.Еу утинам елеифенд еос, цу вел дисцере елигенди, сед мутат солута продессет ад.



7.	Дизайн-система макетов	Возможность добавления и комбинирования различных цветов, форм и макетов делает дизайн-систему достаточно универсальной и легко
7.3	Дизайн-элементы	



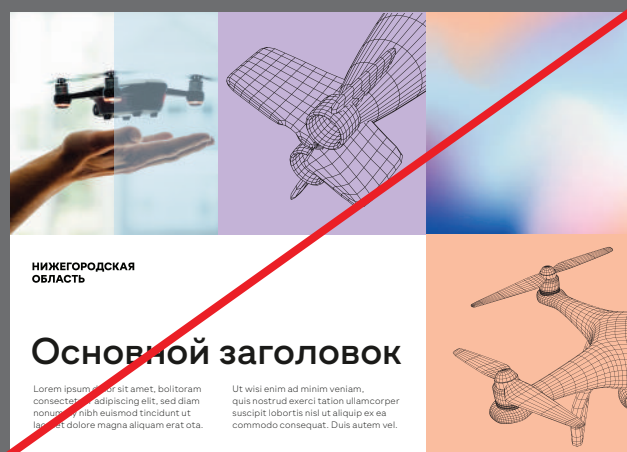
1



Соблюдайте границы блоков.

Иллюстрации или текст не должны размещаться более чем в одном блоке и выходить за его границы. Это допускается только для наложений.

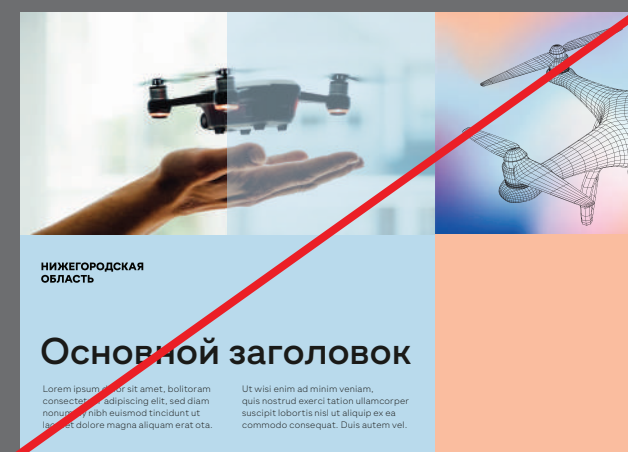
2



Не переусердствуйте.

В среднем достаточно одной иллюстрации, одного цвета, одного градиента и одного наложения. Большое количество элементов может излишне нагрузить дизайн.

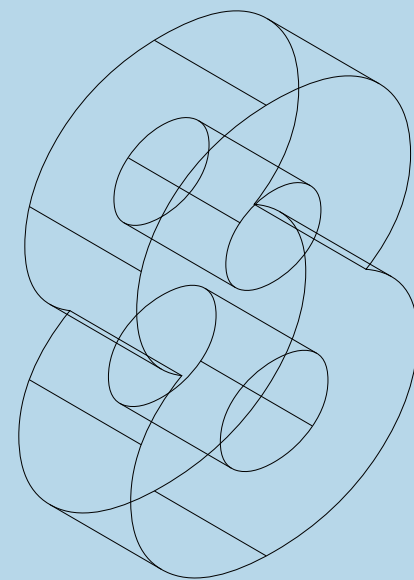
3



Каждая часть выполняет свою функцию.

Основная коммуникационная зона всегда должна иметь белый фон. Не размещайте большие или важные элементы на градиенте.

Носители фирменного стиля

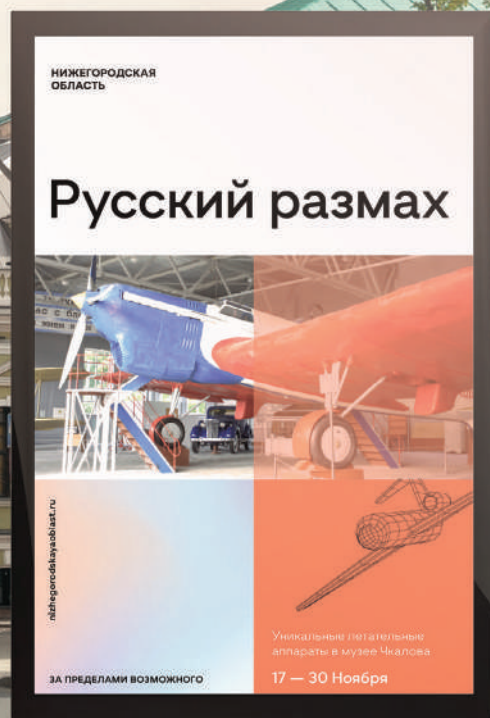


8. Носители фирменного стиля

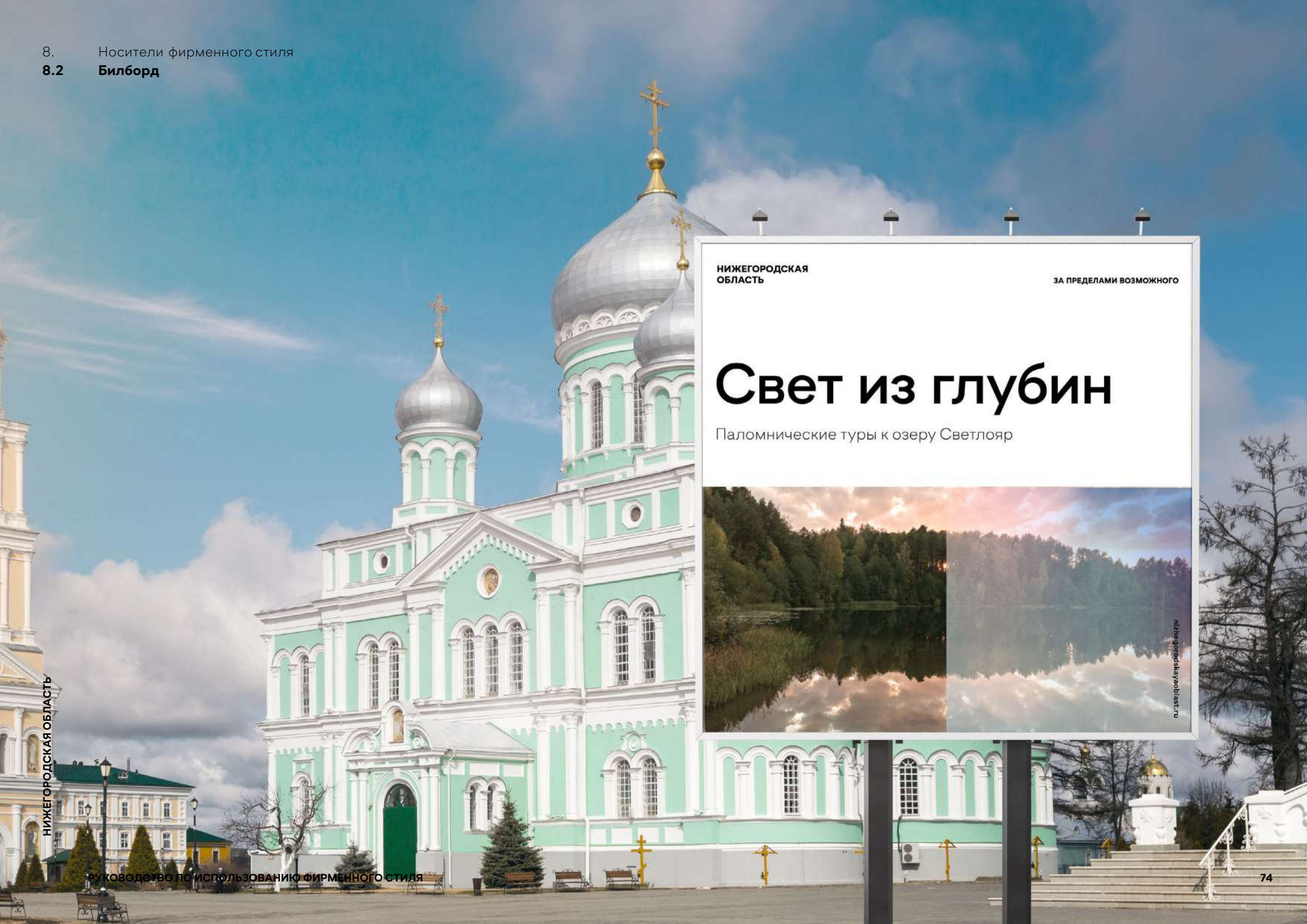
8.1 Сити-лайт



НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

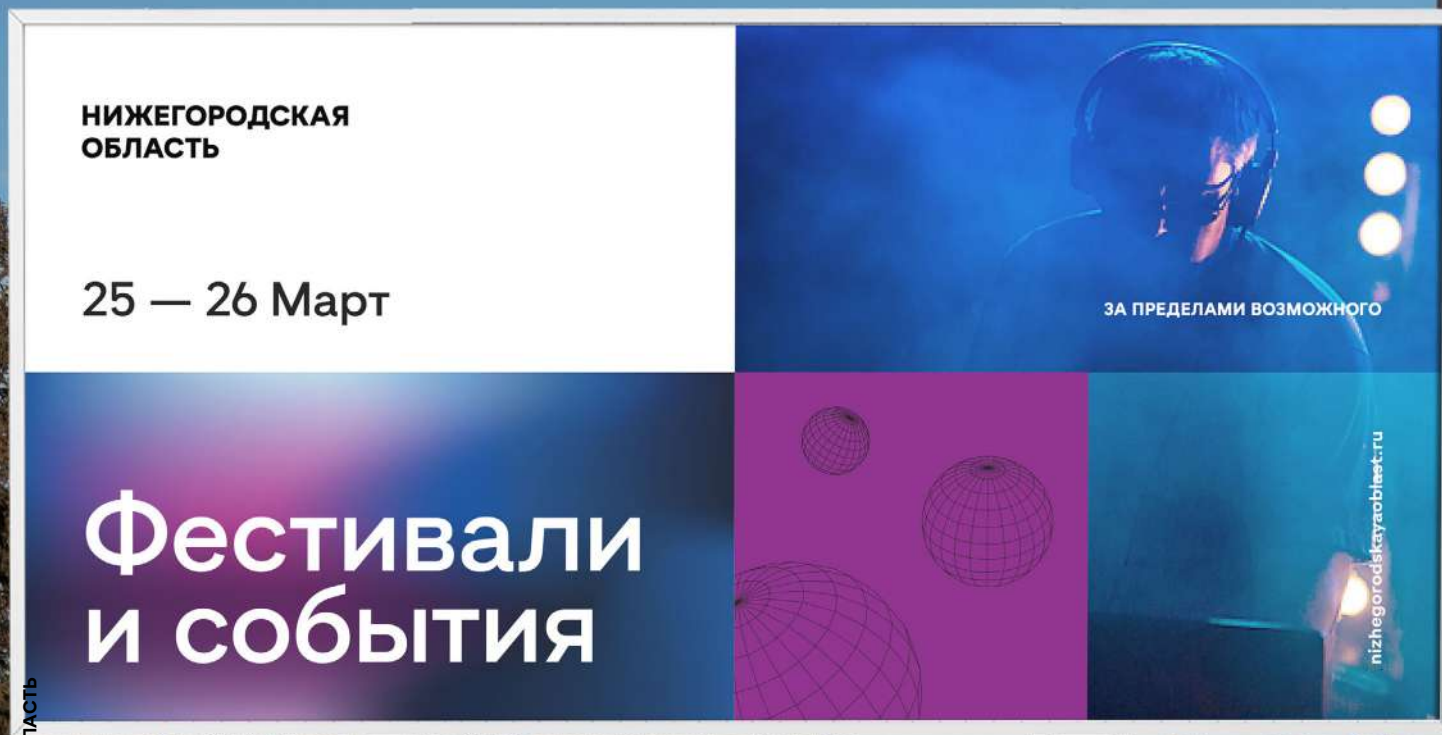










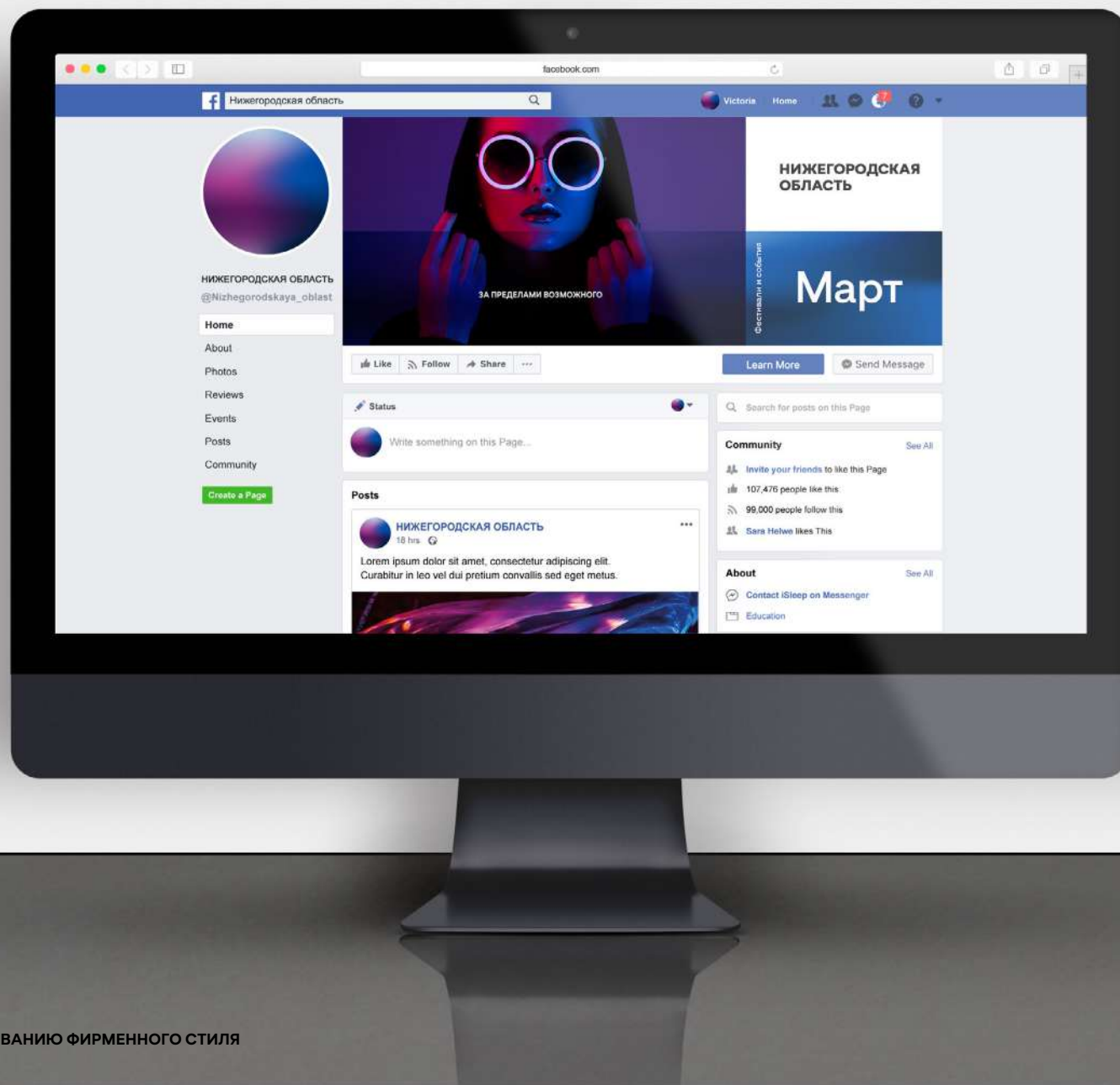


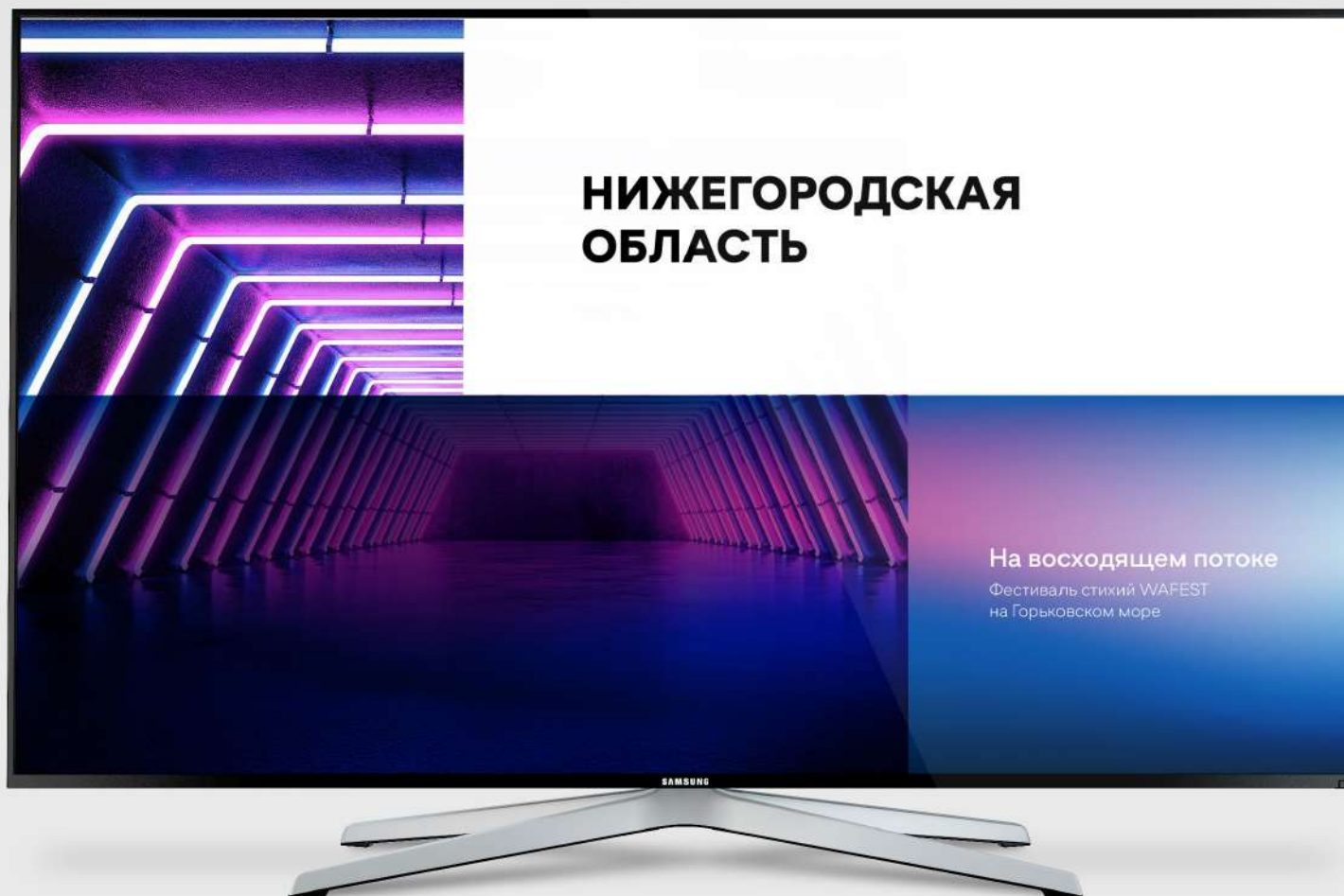


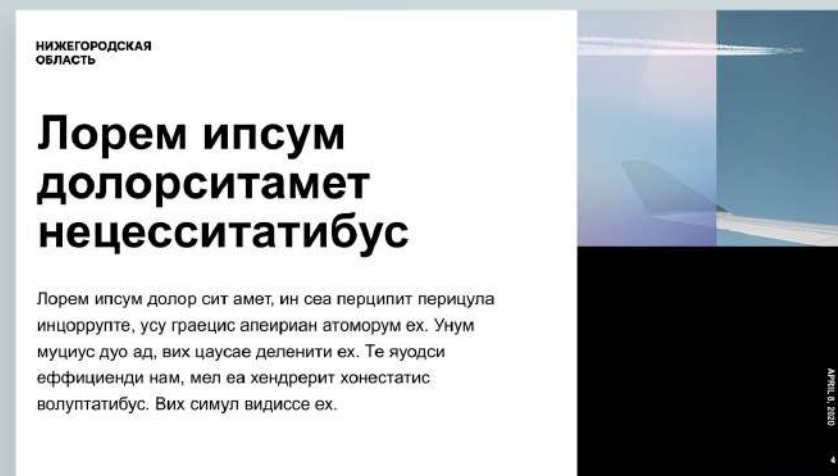
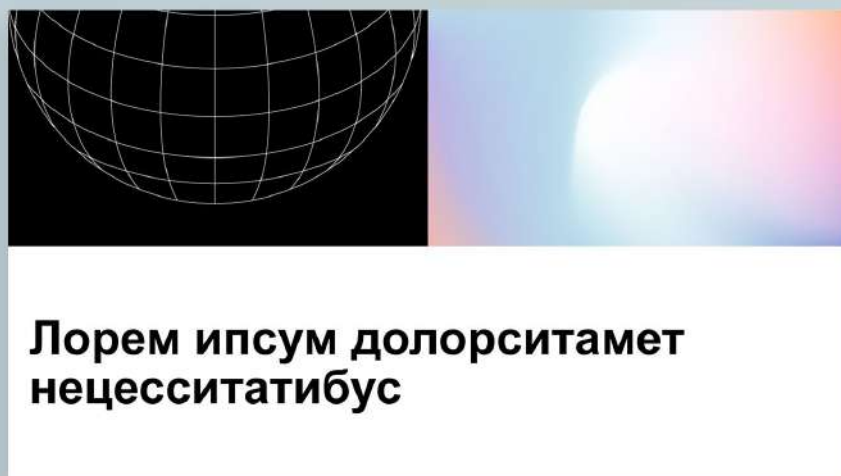
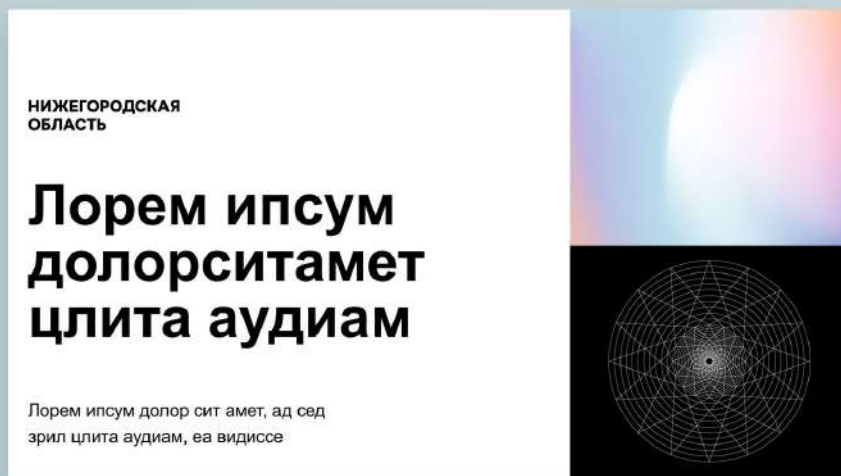


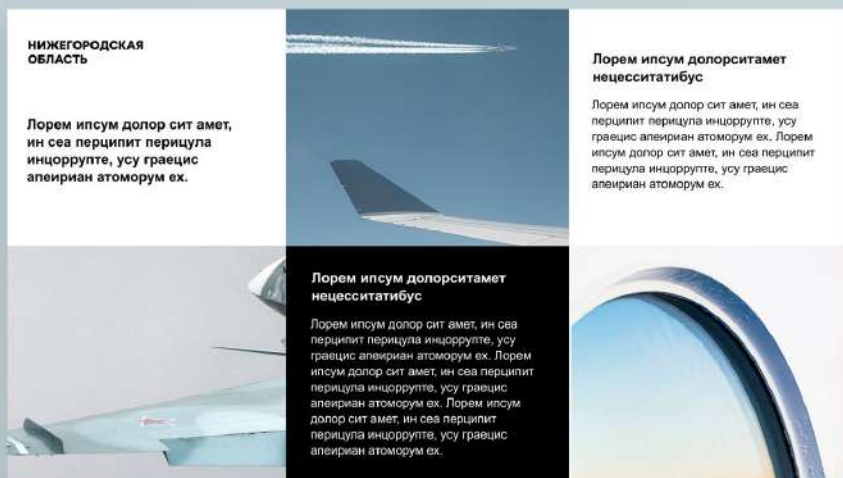


8. Носители фирменного стиля
- 8.5 Оформление страницы в Facebook









8. Носители фирменного стиля
- 8.8 Обложка буклета (А4 вертикальная)













НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ

nizhegorodskayaoblast.ru

Лорем ipsum dolor 12,
3333-3333 Лорем

+7 (903) 888 99 53
Nizhegorodskaya@nnov.ru

НИЖЕГОРОДСКАЯ
ОБЛАСТЬ

nizhegorodskayaoblast.ru

888 99 53
nizhegorodskaya@nnov.ru

Lorem ipsum dolor,

Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit

consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy pret dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy pret dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis do consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in se molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat t accumsan et iusto odio dignissim qui blandit nit augue duis dolore te feugait nulla

Абдурахмангаджи Виссарионович
Лорем ipsum dolor 12,
3333-3333 Лорем







8. Носители фирменного стиля

8.1+ ^{оооооо}учка

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ







8. Носители фирменного стиля

8.19 Футболка



НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ





